revista del
consumidor
No. 85
CON EL SUPLEMENTO INFANTIL el brinco
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR / MARZO 1984 / TREINTA Y CINCO PESOS

El consumo en el año 2000

Agencias de localización de bienes inmuebles: un negocio que le deja sin casa

Cómo trata la publicidad a la mujer: ellas opinan

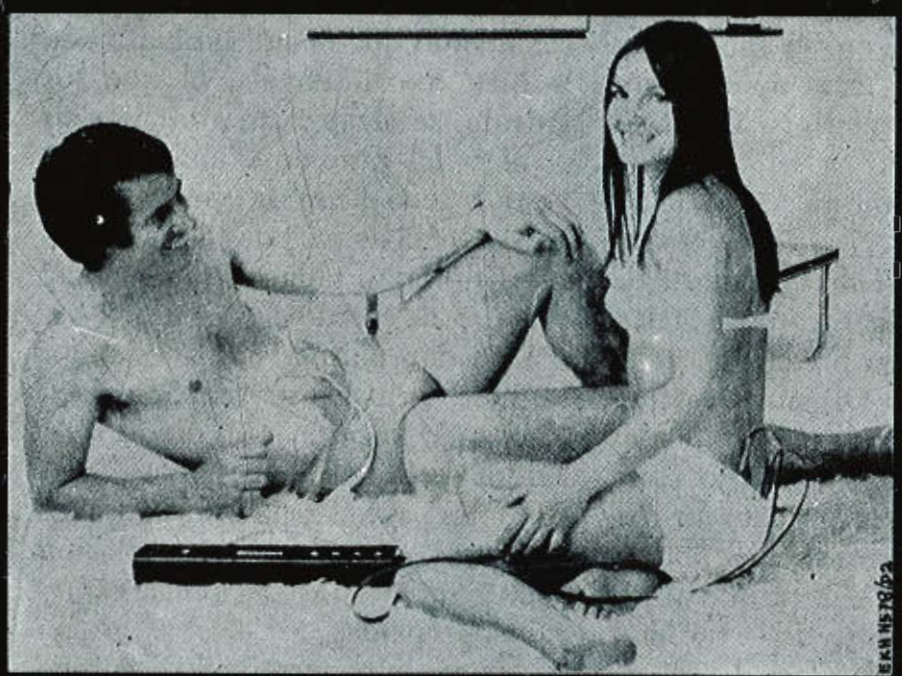
En el Brinco: Estudio de historietas infantiles

Lo tradicional...

La actividad física que favorece el funcionamiento adecuado del organismo.

Su práctica fortalece el corazón, regulariza el metabolismo, tonifica los músculos, alivia las tensiones que generan el trabajo y la vida sedentaria y ayuda al individuo a mantenerse en peso.

Se sugiere practicarlo al aire libre. No representa desembolso alguno y sólo exige voluntad y autodisciplina. Por el bienestar general que proporciona, constituye un auténtico placer.



Lo novedoso...

Los aparatos eléctricos, cuya publicidad afirma mantienen o reducen el peso del usuario.

Sus técnicas o procedimientos no contemplan el tratamiento más adecuado para combatir la obesidad, mismo que según especialistas consiste en la evaluación cuidadosa del individuo, modificar sus hábitos alimentarios, sugerir una dieta reductiva adaptada lo más posible a sus gustos y preferencias personales, y establecer un plan de ejercicios físicos que signifique un esfuerzo para el organismo.

Los aparatos reductivos, por el contrario, no exigen esfuerzo personal alguno, pues su funcionamiento depende de estímulos externos, cuyos efectos no pasan de ser momentáneos y locales.

Su uso repercute en la economía de los consumidores, sin enriquecer otros aspectos de su existencia.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CONSEJO EDITORIAL

Director General del INCO: Lic. Daniel Castaño Asmitia. Director de Producción Audiovisual y Editorial: Jorge Luis Ramírez Cano. Director Técnico: Lic. David Márquez Ayala. Director de Promoción: Lic. Alor Calderón. Director de Administración y Finanzas: Lic. Jorge Domínguez Pastrana. Coordinador de Delegaciones: Lic. Joaquín Ruiz Guzmán.

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Jefe del Departamento Editorial: Roberto Moreno Chueri. **Redactor:** Wenceslao Huerta. **Reporteros:** Marco Arroyo, Humberto Calderón, José Angel García, Rosa María González, Juan Arturo Salinas, Juan Vera. **Responsable del Brinco:** Lila Pastoriza. **Correctora:** Marta Silberberg. **Arte y Diseño:** Jorge Aguilar. **Maqueteo:** Augusto Apón, Francisco Alatriste, Rodolfo Coronel, Susana Mendoza, Verónica Suárez. **Fotografía:** Rafael Piña. **Producción Fotográfica:** Guillermo Bulnes Puerta. **Archivo:** José Luis Coronel. **Asistentes Departamento Editorial:** Antonia García Gómez y Javier Espinosa Constantino. **Fuentes Informativas: Departamento de Análisis sobre Comunicación:** José Chan. **Departamento de Ingeniería:** Ing. Eduardo Martínez. **Departamento de Bienes y Servicios:** Lic. José Morales. **Departamento de Economía:** Lic. Soledad Salcedo. **Departamento de Estudios Jurídicos:** Lic. Francisco Fernández Fredes. **Departamento de Consulta Directa:** Lic. Mario Loyo. **Departamento de Educación para el Consumo:** Gabriela Martínez. **Centro de Documentación e Información:** Lic. Ricardo Ramírez. **Distribución y Suscripciones:** Lic. José Luis Furlong. **Responsable de Impresos:** Lic. Sergio Palacios Carrillo.

ILUSTRADORES

Jorge Aguilar, Augusto Apón, Carlos Dzib, Susana Mendoza, Verónica Suárez.

Precios en la República Mexicana:
Ejemplar suelto $ 35.00 M.N.
Suscripción anual $ 350.00 M.N.
Suscripción anual en el continente americano $ 27.00 Dls.
Susucripción anual en el continente europeo $ 47.50 Dls. Los números atrasados cuestan el doble del precio marcado.

Año 2000: desafío que exige a todos

Nadie desconoce cuáles son los problemas cotidianos de las grandes ciudades. Entre los más relevantes destacan el desempleo, la delincuencia, la contaminación del ambiente y de productos alimenticios como consecuencia de un uso indiscriminado de pesticidas en la siembra, escasez de agua y bajos niveles de ingresos reales para la mayoría. De esto último derivan en gran parte la pobreza y la desnutrición que afectan a un 65 por ciento de nuestra población, lo que impide el desarrollo físico y mental del individuo. Además, lo hacen víctima de las agresiones del medio externo y lo limitan en su posibilidad de alcanzar niveles mínimos de bienestar y poder contribuir al desarrollo económico y social de la nación. Aún más, la población crece al grado de convertirse en causa de preocupación y, paralelamente, en forma progresiva, se han reducido las zonas destinadas a la producción de alimentos. Estas consideraciones, aunadas al desperdicio de recursos naturales y humanos, perfilan un porvenir oscuro, ya que tiende a romperse el equilibrio entre población y recursos.

Sin embargo, las anteriores contradicciones agudizadas en los últimos años crean oportunidades; necesidad de tomar determinaciones fijas y decisivas. En México, las instituciones trabajan, plantean soluciones a corto y mediano plazo, pero los resultados serán óptimos si se logra la participación y el compromiso de los ciudadanos en los programas que ha contemplado el gobierno federal.

Partamos de un hecho. Incluso en las peores condiciones, la humanidad quiere sobrevivir. El temor conduce a la racionalidad. Por ello el ingenio humano necesita alcanzar un nivel de vida más justo para lograr las metas y el bienestar que interesan al país, y recibir de esta manera el año 2000.

Sumario

9
Consumo de energía: ni excesos ni carencias, la que requiera el organismo

24
Talleres que reparan lo imposible

19
El consumo alrededor de la Fe

Carta al lector	1
El consumo en el año 2000	3
La alimentación del deportista: ¡fuera magia!	12
Emergencias infantiles, ¿qué hacer ante ellas?	14
Ritos orientales: ¿moda o devoción religiosa?	22
Agencias de localización de bienes inmuebles	26
No dé vueltas para el canje de placas	28
Educación para el consumo	29
Cómo trata la publicidad a la mujer: ellas opinan	31
Jóvenes Vs. publicidad	35
Galería de denuncias	36

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.

La Revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.

Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.

No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados par fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta, en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia. No se devuelven originales.

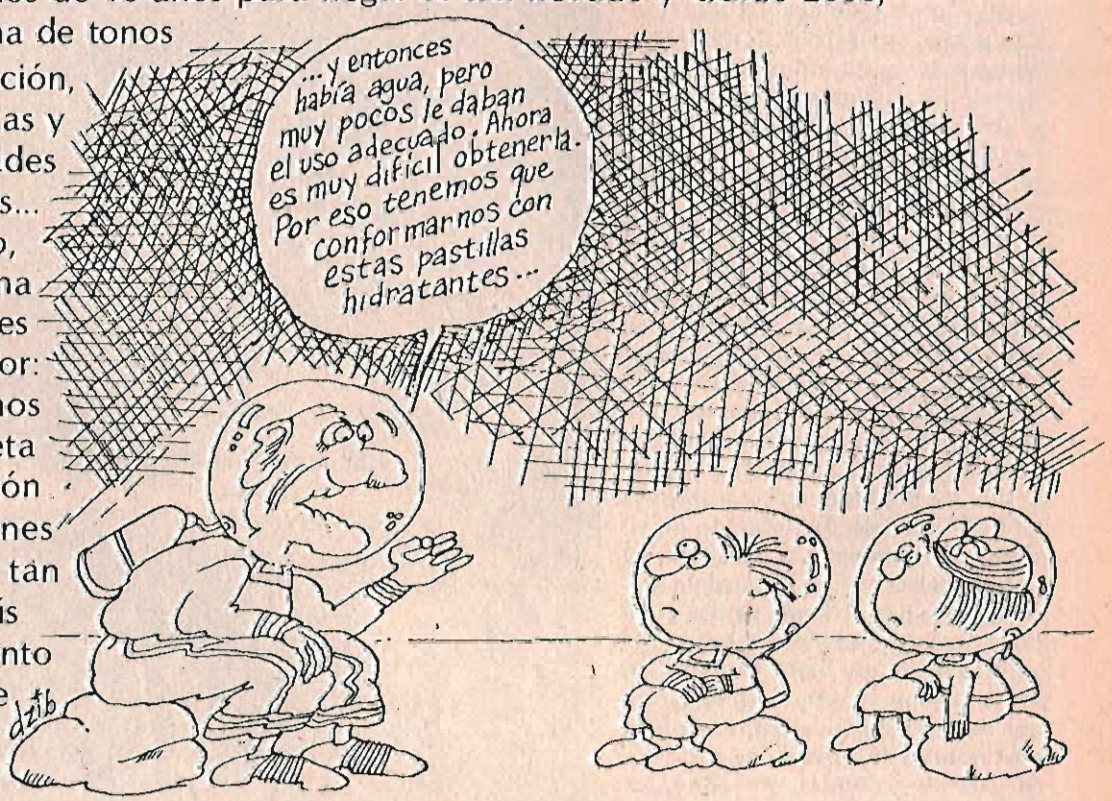
Dirección: Insurgentes Sur 1228, Código Postal 03210, México, D.F. Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1228-8o. piso, Código Postal 03210 o al Apartado Postal 20600.

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Legal de la Dirección General, Lic. Griselia Suárez Riaño, Insurgentes Sur 1228-11° piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Victoria Editorial, S.A., Vía Gustavo Baz 193 B, Tlalnepantla, Edo. de México. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependientes de la SEP, oficio No. 1127 del 30 de abril de 1981.

Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos del autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176, Características 218621408.

El consumo en el año 2000

Faltan menos de 16 años para llegar al tan llevado y traído 2000, esa mágica fecha de tonos de ciencia ficción, naves intergalácticas y ciudades computarizadas... Sin embargo, el panorama que nos espera es más bien desolador: si pensamos en un planeta con una población de seis mil millones de seres, y tan sólo nuestro país contará con ciento veinte millones de habitantes, no es ocioso preguntar: ¿Qué pasará con el consumidor del año 2000?



Todo niño nacido en la década de los ochenta será la envidia de cualquier escritor de ficción, ya que contará con menos de veinte años al llegar a esa "fecha cumbre" en que se ha convertido el año 2000, parteaguas entre dos mundos radicalmente opuestos: uno de derroche y otro de escasez —el primero es el de hoy, por favor no confundir— por más que algunos apologistas prediquen lo contrario.

Ese niño será uno de los 128 millones 355 mil habitantes (proyección histórica) que habitarán nuestro país, según estimaciones del Consejo Nacional de Población. Y si radica en el Distrito Federal compartirá su suerte con unos treinta millones de capitalinos en una ciudad de enormes proporciones. En el libro **Los 80: el futuro nos visita** —editado por el CONACYT—, Edmundo Flores habla de una conurbación llamada **Mexcuepuetopa,** por englobar a la capital, al Estado de México, y a Cuernavaca, Pachuca, Toluca y Puebla. Según estimaciones del COPLAMAR, habrá más de 24 millones de familias, de las cuales casi 20 millones se encontrarán en las áreas urbanas. La misma fuente señala que el problema del hacinamiento empeorará, y que 3.7 millones de familias no tendrán vivienda. A este respecto, el arquitecto Humberto Ricalde, integrante del Taller 5 de Autogobierno de la Facultad de Arquitectura de la UNAM —ganadores de mención especial en el Premio UNESCO 1984 con el trabajo **"La arquitectura al servicio de los usuarios, creadores de la vivienda"**—indica que hay un déficit de 9 millones de casas en el país. **"El modelo de dotación de vivienda que empezó a acumular el déficit existente es el modelo desarrollista: dar vivienda es dar grandes conjuntos habitacionales donde ya está sembrado hasta el último árbol y la sopa hirviendo en la estufa del departamento; claro, es mucho más notorio inaugurar un conjunto de miles de viviendas, que canalizar los recursos económicosen servicios a la comunidad, capilarmente y con una planeación a fondo."**

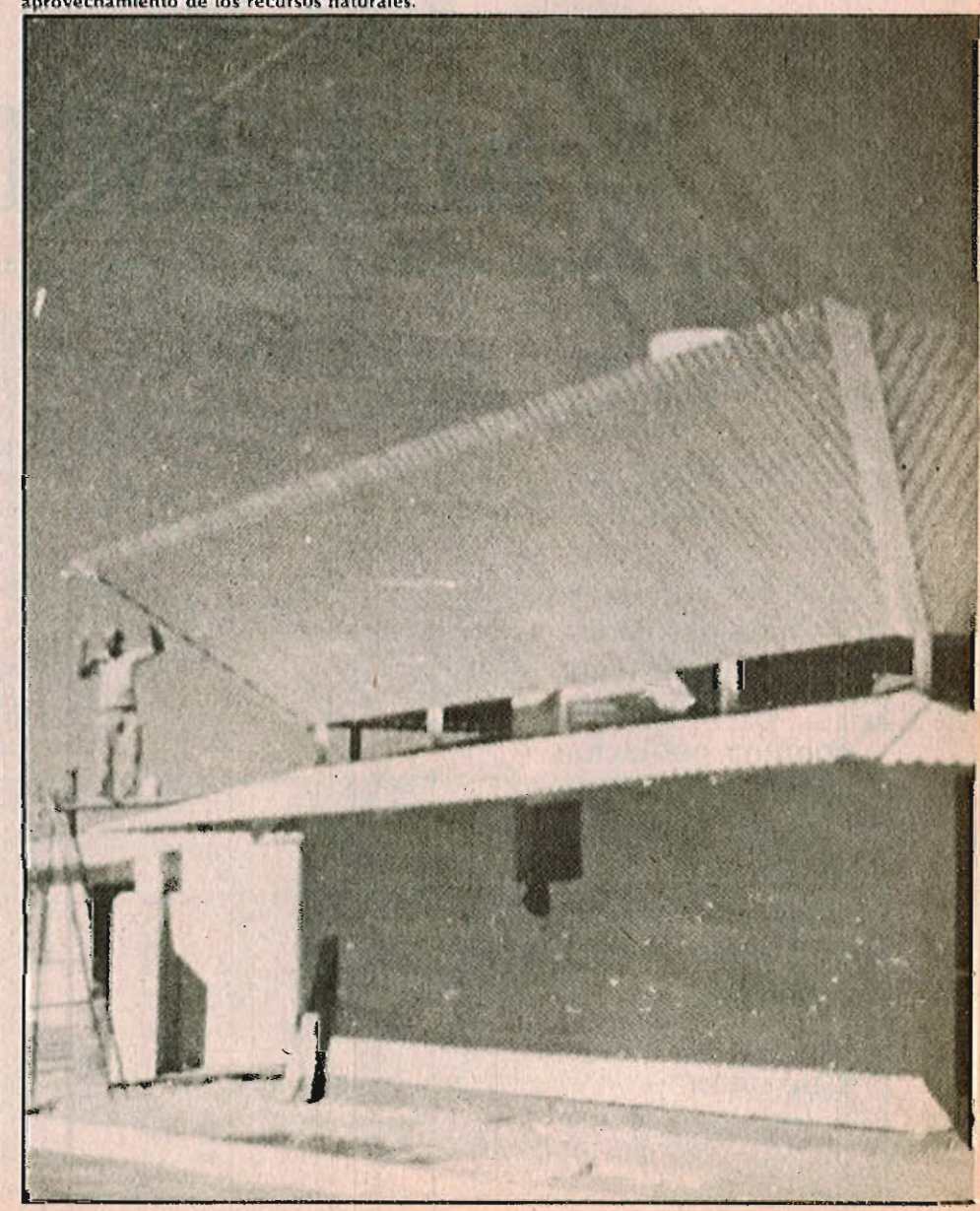
El arquitecto Ricalde se refiere a un apoyo a la autoconstrucción, un apoyo a las viviendas **"que no se inauguran".**

Para centrarnos más en el problema habitacional, el licenciado Luis Mercader, subdirector de estudios socioeconómicos del INCO, señala que **"para el año 2000, a pesar de los mejores esfuerzos que pongamos, el número de habitantes por vivienda va a aumentar. Si en este momento andamos en un promedio de 6.1 habitantes por vivienda, en 16 años la cifra aumentará a 8 ó 9 habitantes. Eso si construimos rápidamente..."**

¿Se podrá vivir en una ciudad?

El de la vivienda es sólo uno de los múltiples problemas que aquejarán al habitante de las ciudades —aunque al campo no le espera un futuro mejor. Si hablamos de agua, las perspectivas señaladas por COPLAMAR para los próximos 16 años estiman que habrá casi nueve millones de casas sin el vital líquido, y sólo se podrá dotar de drenaje a 12.8 millones de viviendas.

Las viviendas ecotécnicas pueden ser la respuesta para el máximo aprovechamiento de los recursos naturales.



En su ponencia destinada al coloquio **"Ciudad de México, Visión 2000"**, el ingeniero Guillermo Guerrero Villalobos, secretario general de obras y servicios del Departamento del Distrito Federal, afirma que **"la demanda de agua crece constantemente; actualmente es de 42.8 metros cúbicos por segundo... en este momento el caudal disponible es de 40 metros cúbicos por segundo. Las áreas del oriente de la ciudad y las partes altas del poniente son las que sufren con mayor rigor la escasez de agua"**. Durante el mismo coloquio se informó que para conducir un caudal de agua de 53 metros cúbicos por segundo en el año en cuestión, será necesario un incremento de un diez por ciento en el consumo actual de energía eléctrica, y que para dotar a la población demandante de drenaje mínimo indispensable se requerirá ampliar la red primaria en mil kilómetros, y la secundaria en 10 mil, así como la construcción de 15 presas de almacenamiento complementarias.

Si de transporte se trata, los minicohetes atómicos de la dulce imaginación dejarán paso a millares de automóviles y autobuses que se apretarán en congestionadas arterias. Según el arquitecto Enrique Cervantes, miembro de la Comisión de Conurbación del Centro del País, **"para el final de este sexenio habrá alrededor de tres millones de vehículos en la zona metropolitana, lo cual será la locura, y si llegásemos a tener más de cuatro millones para la siguiente década, el habitante que gasta un promedio de dos horas transportándose en la actualidad, podría necesitar hasta cinco horas"**.

Por otro lado, durante el mismo coloquio **"Ciudad de México, Visión 2000"**, el licenciado Arturo González de Aragón, secretario general de gobierno "B" del DDF, estima que el transporte público **"tendrá que ampliar su capacidad de traslado de 8.9 millones a 30.8 millones de personas al día, lo que significará ampliar su participación en 21.9 por ciento adicional a los niveles actuales, que son del tres por ciento"**.

La basura, que ya de por sí constituye un enorme problema en la actualidad, será una cuestión agudizada al finalizar el siglo. En la Ciudad de México se generan diariamente 10 mil 500 toneladas de desechos sólidos, de los cuales el 70 por ciento son de origen doméstico, lo que arroja una producción promedio de 700 gramos/habitante/día. Hasta 1983, el servicio de recolección y disposición de basura contaba con 12 mil empleados, mil 500 vehículos de recolección, 240 barredoras mecánicas y 63 unidades para transferencia. De continuar con la tasa actual de generación de residuos, en el año 2000 nuestro **antipaisaje** se verá compuesto por 25 mil 500 toneladas diarias, lo que, aunado a un incremento en las distancias por recoger hasta los sitios adecuados de disposición, significaría un gasto aproximadamente de dos veces el costo del servicio a precios actuales.

Ya que de precios hablamos, ¿cuáles serían éstos en el año 2000?

De continuar la tasa actual de generación de residuos, nuestro "antipaisaje" será de 25 mil 500 toneladas diarias de basura.

El licenciado Mercader explica que **"los índices que se pudieran esperar para ese año dependen en mucho del resultado de los programas a ser desarrollados por el gobierno, así como de la toma de conciencia de la población en cuanto a la forma de enfrentar la inflación.**

"La verdad es que los instrumentos que tenemos, las técnicas y los medios económicos no funcionan para hacer estas proyecciones a tan largo plazo; hacer una proyección aritmética no funcionaria".

El subdirector de estudios socioeconómicos advierte: **"La carne valía 250 pesos el kilo el año pasado; después costó 400, y ahorita vale 600. Esto quiere decir que para el año 2000 la carne podría costar, con estos índices inflacionarios, muchos miles de pesos, sin exagerar. Las rentas podrían dispararse en formas ni siquiera imaginadas.** Nuestro entrevistado ejemplifica dicha situación inflacionaria mediante el plan de una aseguradora: **"Si yo pago hoy 50 mil pesos, me entregan un seguro de 3 millones. Si yo perezco en el año 2000, a mis familiares les darán 600 millones de pesos. Claro que ellos están cubiertos siempre y cuando el índice de inflación se sostenga".**

Por favor, apriétense los cinturones.

No se trata de despegue interplanetario alguno, sino de las perspectivas que el problema alimentario nos depara. **"Estamos en un punto crítico, ya que existe un exceso de consumo de productos animales e industrializados, lo que conlleva a un gran despilfarro de recursos, y no creo que se pueda seguir el mismo camino"** —asevera el doctor Adolfo Chávez, jefe de la División de Nutrición de Comunidad del Instituto Nacional de Nutrición, quien agrega: **"La polarización del consumo está afectando sobre todo a una tercera parte de la población que está ante un problema no sólo de nutrición, sino de hambre cíclica."**

"Otra tercera parte de la población —continúa el doctor Chávez— **no sufre este problema porque está asalariada, pero tiene salarios muy bajos y está enfrentando problemas con los precios, que está comiendo gracias al subsidio a ciertos productos. La otra tercera parte de la población, que cuenta con un poco más de recursos, también tiene una estructura de consumo muy defectuosa; requiere de mucha carne, leche y huevos, y la oferta va a disminuir porque faltan forrajes, y llegará un momento en que la importación tenga que disminuir."**

Las opiniones están divididas: mientras hay quienes aseguran que se generalizará el uso de fertilizantes y plaguicidas, así como el de los conservadores para poderlos almacenar durante más tiempo, otros expertos señalan que se incrementará paulatinamente una tendencia a las dietas vegetarianas, debido a que la tierra destinada a los alimentos vegetales mantendrá a diez veces más personas que la dedicada a los alimentos animales.

La televisión en el siglo XXI

A lo que apunta el naciente siglo es, por un lado, a un avance tecnológico sin precedentes, y por otro, a un descenso en la calidad de vida de las mayorías; se trata de dos puntos

que se separan cada vez más uno del otro. Uno de estos terrenos de innovaciones técnicas es el de los medios de comunicación audiovisuales, tan propios de este siglo. Ya no son especulaciones los microtelevisores, los videodiscos o el teléfono-visión. Resultará interesante conocer qué tipo de comerciales tendrá que soportar el televidente del año 2000 y la manera de comprar de ciertos consumidores. **"Por ejemplo** —anota Pablo Cabañas, profesor de la UNAM e investigador de la Universidad de las Naciones Unidas— **muchas gasolineras de Estados Unidos funcionan con una minicomputadora; la gente llega, carga la gasolina, y no hay más mediación que la de una persona —lo cual ha bajado los costos de mano de obra y ha aumentado el desempleo". "La televisión vía satélite de antenas parabólicas** —prosigue Cabañas—, **el auge que han tenido las videocassetteras y todo lo que se refiere a la revolución en comunicaciones apuntan a un desarrollo muy desigual, en donde empezamos a ver que ciertos medios se están convirtiendo en poder de unas minorías."**

Ya se ha hablado de la inserción de publicidad en las cassetteras y en las minicomputadoras caseras —en cuyo caso el usuario tendrá que desembolsar una suma para enterarse de los precios de artículos y servicios. Ahora bien, ¿quiénes podrán anunciarse? **"Podemos hablar de un creciente proceso de monopolización, y si actualmente la misma empresa que produce textos universitarios hace libros pornográficos, no es extraño afirmar que sólo se anunciarán las empresas económicamente más fuertes"**, concluye el entrevistado.

¿El fin del viaje?

Sin querer predecir una catástrofe inminente, pero tampoco prometiendo un futuro de bonanza, creemos que al final del siglo XX nos espera un destino en el que nos veremos más obligados a compartir con nuestros coetáneos. Una manera de vivir en donde se hará más visible el resultado de dos décadas —por lo menos— de consumismo irreflexivo, motivando con nuestra compra que productos más necesarios desaparezcan.

Ante esta situación que se agrava día con día, se han planteado diversas soluciones a corto y mediano plazo. Dentro de los programas que tiene contemplado el gobierno federal se encuentra el de fortalecer el interior del país y las ciudades medias, así como las zonas rurales. El arquitecto Cervantes comenta: **"La Subsecretaría de Desarrollo Ur-**

Treinta millones de capitalinos compartirán su suerte en una ciudad de enormes proporciones.

Para transportarnos necesitaremos el doble, o más, del *tiempo que ahora ocupamos.*

Millones de familias podrían adolecer del vital líquido.

bano y Ecología ha marcado ya 53 ciudades medias que se van a desarrollar con el máximo apoyo del gobierno federal para que sirvan de polos de atracción o retenes de la población migratoria con el fin de balancear la atracción que ejerce la Ciudad de México".

Ahora bien, de seguir las actuales tendencias de inmigración a la capital, la zona oriente de la ciudad es la que tendrá mayores problemas de asentamientos espontáneos y mayores invasiones.

Respecto al problema habitacional, el arquitecto Everardo Hernández, investigador de la Coordinación de Arquitectura Aplicada y asesor de la SEDUE, señala que se ha propuesto a las autoridades la elaboración de unas cartillas de autoconstrucción, puntualizando que es necesaria la incorporación de las viviendas llamadas **ecotécnicas, "es decir, dotar a las viviendas de sistemas baratos y sencillos para el máximo aprovechamiento de los recursos naturales: sistemas de reciclaje de agua, colectores pluviales, calentadores solares, digestores y refrigeradores naturales llamados 'fresqueras' ". "El problema de la dotación de agua en el D.F.** —continúa el entrevistado— **se podría resolver por medio de la captación del agua de lluvia. En el Valle de México hay una precipitación pluvial promedio de mil 200 milímetros al año. Si en todas las azoteas se atajara esta agua y se almacenara en tanques, se podrían captar aproximadamente 750 litros por metro cuadrado, y todavía más si se incorporaran filtros de arena, grava o piedra —que nuestros antepasados usaban—, con lo que el agua obtenida sería más limpia que la transportada por pipas".**

Por otra parte, debido a la escasez de petróleo que significará escasez de plástico y otros materiales, así como la disminución de materias primas para la elaboración de papel celofán y aluminio —entre otros—, las envolturas y empaques serán mucho más caros, por lo que tendremos un regreso a la comercialización de productos a granel.

Sobre la comercialización de bienes "duraderos", muebles y electrodomésticos, Adip Sabag —primer licenciado en el mundo en medio ambiente, graduado en Bélgica— opina: **"La industria tendrá que dejar de lado el criterio de producir bienes poco durables, debido a la paulatina disminución de las materias primas, combustibles y energéticos en general".** Según Sabag, los supermercados están destinados a desaparecer, **"porque además de deshumanizadores y destructores de la cultura nacional, los productos serán vendidos en forma personal cada vez más, sin envolturas ni marcas; el mercado tradicional será lo que realmente funcione".**

Pase lo que pase **cuando el destino nos alcance,** tomemos muy en cuenta dos opiniones: el arquitecto Ricalde advierte que **"haciendo un escenario de lo que pasaría en 15 ó 16 años si esta situación continuara, las ciudades perderían el mínimo —porque ya estamos en los mínimos— de calidad de vida. Las ciudades dejarían de ser asentamientos donde se produce la actividad que sustenta nuestra sociedad, para acabar siendo lugares no rentables ni para el propio capital que se ha concentrado en ellas".** Por su lado, el doctor Chávez sentencia que **"en estos dieciséis años que le quedan al siglo, podríamos ver una serie de problemas sociales, porque la alimentación está muy ligada a otro tipo de problemas como son de trabajo, de mano de obra, de estructuras, y es muy posible que esto empiece a desembocar en graves situaciones".**

[Juan Arturo Salinas]
inf. J.A.S. y Juan Vera

Consumo de energía: ni excesos ni carencias, la que requiera el organismo

La ingestión de alimentos energéticos es fuente habitual de polémicas. Nunca falta el "entendido" que recomienda bajar el consumo de calorías o aquel que posee la receta perfecta. No obstante, la mayoría ignora que con la energía no se juega. "Su ausencia mata en semanas o meses", ha dicho el doctor Rafael Ramos Galván, destacado especialista en procesos de crecimiento y desarrollo humano. De ahí la importancia de abordar este tema y de enfatizar que, para mantener una salud equilibrada, la alimentación debe aportar una cantidad de energía equivalente a la que el organismo consume.

ENERGIA CONTENIDA EN ALGUNOS ALIMENTOS

ALIMENTO	PORCION	Porción Kcal/	Kcal/ 100 g
MAIZ BLANCO	—	—	350
MASA DE MAIZ	—	—	190
TORTILLA CHICA	Pieza de 16 g	36	225
— MEDIANA	Pieza de 30 g	68	225
— GRANDE	Pieza de 40 g	90	225
ATOLE	Taza de 240 ml	48	20
ARROZ HERVIDO	Porción a partir de 50 g de grano crudo	183	365
PAN BLANCO	Bolillo de 70 g	200	290
PAN INTEGRAL	Rebanada de 40 g	95	240
GALLETAS MARIAS	Pieza	20	400
PASTAS	Porción de 25 g pesada en crudo	85	340
PAPA AMARILLA	Pieza de 50g pesada en crudo	30	60
YUCA	—		85
CAMOTE	Pieza de 120 g crudo	96	80
FRIJOL	Plato con 30 g de grano pesado en crudo	98	325
GARBANZO	Plato con 30 g de grano pesado en crudo	110	370
SOYA	—	—	330
AJONJOLI	—	—	575
AZUCAR REFINADA	1 cucharada de 15 g	58	385
MIEL DE ABEJA	1 cucharada de 15 g	45	300
ACEITE VEGETAL	1 cucharada de 12.5 g	110	885

ALIMENTO	PORCION	Porción Kcal/	Kcal/ 100 g
MANTECA DE CERDO	15 g	135	895
MARGARINA	15 g	107	715
MANTEQUILLA	15 g	112	745
LECHE FRESCA DE VACA	1 taza de 240 ml	144	60
QUESO CHIHUAHUA	Porción de 30 g	138	460
QUESO OAXACA	Porción de 30 g	96	320
CARNE DE RES	Porción de 90 g	95	105
CARNE DE CERDO	Porción de 90 g	150	170
HIGADO DE RES	Porción de 90 g	130	145
PEZ SIERRA	Porción de 120 g	110	90
SARDINA	Porción de 90 g	180	200
PARGO	Porción de 120 g	66	55
LISA	Porción de 120 g	60	50
HUEVO	Pieza de 50 g	65	130
ZANAHORIA	Porción de 50 g	13	26
JITOMATE	Pieza de 100 g	8	8
ESPINACA	Porción de 50 g	6	12
QUELITE	Porción de 50 g	16	32
VERDOLAGA	Porción de 50 g	11	22
CHAYOTE	Porción de 50 g	11	22
ELOTE	Porción de 50 g	25	50
LECHUGA	Pieza de 300 g	42	14
PLATANO	Pieza mediana 145 g	88	60
NARANJA	Pieza mediana 145 g	38	26
PAPAYA	Porción de 80 g	14	17
FRESA	Porción de 100 g	22	22
GUAYABA	Pieza de 50 g	25	50
MAMEY	Pieza de 300 g (sin semilla)	126	42

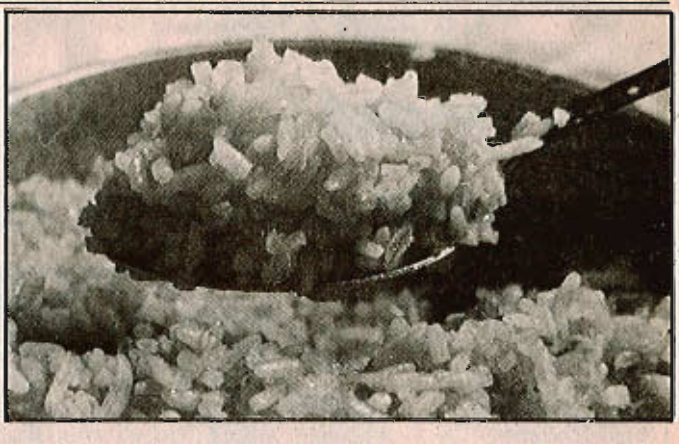
FUENTE: Hernández, M., Chávez, A. y Bourges, H. Valor Nutritivo de los Alimentos Mexicanos. Publ. L-22 de la División de Nutrición del Instituto Nacional de la Nutrición. 8a. Edición México (1980). Extraído de Cuadernos de Nutrición, Vol. 5, No. 1. 1981.

"Sí, yo tengo tendencia a engordar pero no me preocupa. Cuando aumento de peso 'soporto' una semana sin consumir calorías... y ya". La señora Martha María Becerra M., de 46 años, seguramente ignora que tal régimen autoprescrito puede poner en riesgo su salud. De todos modos, como muchas otras personas, lo que hace no es anular el consumo de energía sino eliminar algunos alimentos popularmente conocidos como fuentes calóricas. Aunque no falta quien, para los mismos fines, recomienda la receta contrapuesta y se atiborra de carbohidratos... Las consecuencias de tales oscilaciones las sufre el organismo que, como es natural, puede enfermar.

En primer lugar, conviene saber que **sin energía no hay actividad vital.** Para crecer, para desarrollarse, para funcionar, el orgarnismo necesita la energía existente en el medio exterior; debe adquirirla, transformarla y utilizarla. ¿Cómo lo logra? Debido a que no puede hacerlo al modo de las plantas (que aprovechan **directamente** la energía solar) **el hombre tiene que apropiarse de ciertas sustancias ricas en energía química que están contenidas en algunos alimentos.**

Lo que sucede seguidamente —si bien es un proceso complicado— no resulta difícil de entender. Cuando estas sustancias se combinan con el oxígeno que el ser humano toma del aire, **se queman. De esta combustión se desprende la energía que el organismo utiliza para mantener sus funciones vitales.**

Pero... ¿dónde están las fuentes de energía? En los carbohidratos, lípidos y proteínas. Los primeros siempre han resultado más accesibles, y no es casual que las grandes culturas se hayan organizado alrededor de algún alimento rico en hidratos de carbono (el maíz en nuestro caso, el arroz en Oriente, el trigo en Europa Occidental).



No es casual que las grandes culturas se hayan organizado alrededor de un cereal.

Si bien son muchos los alimentos que proveen energía, no todos se consumen en igual proporción. Por lo general, la mayor cantidad corresponde a los **hidratos de carbono,** mismos que aportan más de la mitad de la energía que el organismo necesita. Los especialistas aconsejan preferir los carbohidratos llamados "complejos" (de absorción lenta) a otros como los azúcares. Y estos hidratos de carbono complejos están en los cereales y sus derivados (pan, pastas, tortillas), en las leguminosas (soya, frijol, garbanzo, alubias, habas, lentejas) y en ciertos tubérculos (papa, camote, yuca).

En cuanto a los **lípidos** y a las **proteínas,** los primeros aportan alrededor de la cuarta parte de la energía necesaria y las segundas entre el 10 y el 15 por ciento. Se recomienda optar por las **grasas insaturadas** (aceites vegetales, margarina, aceitunas) reduciendo al mínimo el consumo de grasas saturadas (grasa animal, carnes rojas, mantequilla, crema, mariscos, yema de huevo).

¿Todos estos alimentos aportan la misma proporción de energía? Es importante tener en cuenta que no es así. La energía incorporada, que se mide en kilocalorías, será menor si se consumen 100 gramos de pan que igual cantidad de mantequilla. Mientras un gramo de carbohidratos o de proteínas rinde cuatro kilocalorías, un gramo de lípidos aporta nueve kilocalorías. De ahí que, **si uno quiere controlar el consumo de energía, debe considerar el diferente grado de concentración calórica que presentan los distintos alimentos** (Ver cuadro anexo).

Una cuestión que siempre se discute es la concerniente a la **cantidad de energía necesaria.** También en este caso abundan las tablas ideales y los consejos de todo tipo. Lo cierto es que resulta imposible dar una recomendación fija y específica. ¿Por qué? Porque **el organismo debe incorporar diariamente la cantidad de energía que consume en ese lapso** y este gasto depende de situaciones muy particulares.

Hay, en primer término, un gasto **interno,** imprescindible para sobrevivir, que es el dedicado a mantener las funciones del organismo: cardiovascular, respiratoria, nerviosa, etc. Es el llamado **metabolismo basal,** que, en el caso de los niños, incluye la energía necesaria para el crecimiento y en el de las mujeres embarazadas o que amamantan a su hijo, el consumo requerido por esos estados.

Pero existe también un gasto **externo** de energía correspondiente al que se hace en la actividad física. La energía que se gasta en el trabajo muscular (y en el esfuerzo adicional del corazón y del aparato respiratorio durante el ejercicio) varía según la persona, el momento, o el tipo de actividad que realice.

Sí, por supuesto, pueden establecerse lineamientos generales. Un niño o un adolescente en proceso de crecimiento requerirán mayor cantidad de energía que un adulto de vida sedentaria. Al primero conviene suministrarle alimentos con gran concentración energética, pero si un obeso quiere adelgazar la recomendación será la contraria, para que el organismo recurra a sus reservas. **En todo caso, lo importante es considerar estas diversas situaciones sobre la base de que la energía es imprescindible para la vida y que, también en este terreno, los excesos no conducen a buenos resultados.**

L.P. (Información: "La Energía", **Cuadernos de Nutrición, Vol. 5, No. 1, I.N.N. - Liconsa, 1981.** "Una dieta inteligente es una dieta prudente", **INN-Fonapas, 1979.**

La alimentación del deportista: ¡fuera magia!

¿Cuál es el tipo adecuado de alimentación para el deportista? Se trata, aún hoy, de una polémica. Hay atletas que creen que deben consumir complejos productos de laboratorio para fortalecer su físico, y entrenadores que recomiendan recetas presuntamente "super-energéticas"... Pareciera, y así opinan numerosos especialistas, que las supersticiones hacen de las suyas en este terreno. Bueno es recordar que ya desde tiempos muy antiguos los hombres —recurriendo al pensamiento mágico— creyeron que las propiedades del alimento ingerido se trasmitían a quien lo comía. **"Los cazadores creían, por ejemplo, que al consumir carne de ciervo adquirían su velocidad"**, afirma el doctor Héctor Bouges, del "Instituto Nacional de la Nutrición Salvador Zubirán", y agrega: **"Esto no es así, nunca ha sido probado; es indudable que muchas veces los deportistas recurren a todo aquello lógico o no lógico que pueda ayudarlos en su esfuerzo. Y la alimentación es uno de los campos más fértiles para la magia. No faltan los atletas que creen que si no comen grandes cantidades de carne les será imposible desarrollar los músculos..."**

La relación entre actividad física y nutrición es un tema que vale la pena considerar, y no sólo en el caso específico de los deportistas profesionales. Porque de poco sirve comer bien, tener una dieta equilibrada, si falta el ejercicio físico. "El ejercicio es uno de los elementos fundamentales para la buena nutrición —dice Bourgues—; **además de favorecer la oxigenación y el adecuado metabolismo, es un estimulante importantísimo del crecimiento de los tejidos y de todos los procesos anabólicos, o sea los procesos de construcción del organismo. Esto es particularmente relevante en el caso de los niños: deben hacer ejercicio —nunca agotador ni deformante— para favorecer el crecimiento y la buena constitución".**

En los tiempos que vivimos —y en especial en el caso del hombre urbano— el ejercicio cotidiano ha sido desplazado por la vida sedentaria. Gran parte de la población adulta, que desarolla labores de oficina, que se traslada en vehículos automotores, sufre las consecuencias a través de una salud deteriorada. Algunas de las soluciones que a veces se instrumentan suelen agravar la situación. Es el caso de quienes se lanzan intempestivamente a violentas actividades deportivas de fin de semana o de los que, fascinados por el aerobismo, pasan —sin mediación— del sedentarismo a las alocadas carreras matinales. Como puede suponerse, el remedio es peor que la enfermedad. **"De lo que se trata** —señala el Dr. Bourges— **es de incorporar el ejercicio paulatinamente. Nada mejor que caminar diariamente 15 ó 20 cuadras en lugar de ir en carro o en autobús... El deporte que se elija debe practicarse de modo progresivo, sin violencia y sin tiempos agotadores que dañan el organismo".**

Como se sabe, el ejercicio consume energía y ésta debe ser restituida. Precisamente es aquí donde reside el punto de arranque de la polémica. **¿En qué aspecto debe modificarse la dieta cuando se desarrolla actividad física?** La opinión del Dr. Bourges es terminante: **"Para quien hace ejercicio la dieta debe tener las mismas características que la correcta para cualquier persona, pero debe aumentar en su magnitud".** No es difícil entender el por qué del aumento cuantitativo. Si no se eleva la ingestión de alimentos el organismo (que está consumiendo más energía) deberá recurrir a sus reservas. A corto plazo esto es permisible, pero luego perderá dema-

siadas reservas y el individuo quedará en desventaja frente a los demás.

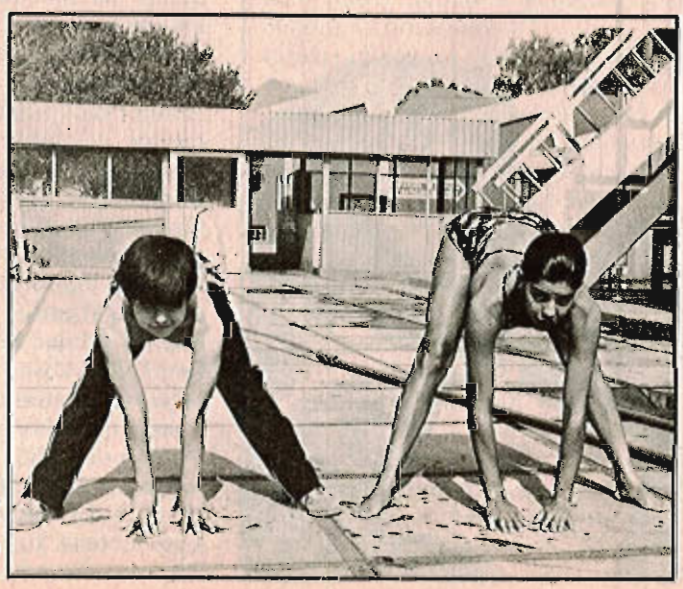
Sin embargo, respecto de la composición de la dieta, hay quienes opinan que el consumo de alimentos de alto valor energético debe ser prioritario. Nuestro entrevistado no está de acuerdo: **"La dieta correcta tiene que ser 'equilibrada' y no es conveniente alterar este equilibrio. Lo mejor es mantener la composición de la dieta (suponiendo que sea buena) y aumentar la cantidad; así se obtendrá más energía y más nutrimentos en general..."**

O sea que, según los especialistas, el deportista no requiere una alimentación especial. La única diferencia reside en la cantidad. Bourges reitera: **"La dieta correcta debe ser 'completa' (contener todos los nutrimentos), 'equilibrada' (contenerlos en las mismas proporciones), 'variada' (para favorecer el gusto y el apetito), 'adecuada' (en relación a quien la consuma) y 'suficiente' (cubrir los requerimientos). Esta última característica es la que aquí hay que considerar. Lo único que cambia en la persona que hace ejercicio es que sus requerimientos son más altos. De ahí que, en este caso, 'suficiente' significa una dieta cuantitativamente mayor".**

Un aspecto relevante es el que se refiere a la reposición del líquido que se pierde al hacer ejercicio. Es sabido que esta actividad aumenta la temperatura del organismo (que en ocasiones puede llegar hasta 41 ó 42 grados); el mecanismo para restablecer el equilibrio es el sudor y hay atletas que pierden ni más ni menos que ocho o nueve litros de agua a la que suman otros elementos (cloro, sodio, potasio, algo de hierro) y derivados de aminoácidos.

Obviamente, esta pérdida de líquidos puede tener graves consecuencias. Por ello se impone como urgente la reposición del agua y las sales. **"Es lo más importante en forma aguda, es decir que hay que reponerla en el momento,**—dice Bourges, y añade—: **el agua debe reponerse antes de que se hayan perdido más de 700/800 mililitros, de otro modo no se puede seguir. Y también hay que reponer las sales. O sea que lo mejor es tomar jugo de frutas, de naranja, por ejemplo. Los compuestos que venden los laboratorios para este fin no son mágicos: sólo contienen agua, potasio, azúcar y sal. Uno puede prepararlos caseramente u optar por beber jugos de frutas".**

Para finalizar, una reiteración: la alimentación del deportista debe ser buena y abundante y, sobre todo, sin influencias mágicas. Y si usted no es un atleta pero quiere incorporar el ejercicio físico a su vida, tómelo con calma: hágalo paulatinamente, no se agote, vaya aumentando la cantidad de alimentos y beba jugos de frutas. Su salud, física y mental, se lo agradecerá con creces. (L.P.)



Para el deportista, nada mejor que una alimentación completa y variada.

¿Despreciable como una lombriz?

¿Conoce usted las **diversas funciones** que cumple la lombriz de tierra?

Pues bien, este animalito en su desplazamiento cotidiano crea cavernas que permiten la oxigenación de la tierra y propician su fertilidad. La lombriz, por otra parte, modifica la materia orgánica de la cual se alimenta convirtiéndola en humus, abono altamente recomendable para el enriquecimiento de la tierra. Comenta Adip Sabag, licenciado en medio ambiente, que **"es un error considerar a la lombriz de tierra como una plaga, ya que su presencia es un buen indicador de fertilidad". "Además** —continúa el especialista— **el abono que produce es superior al que proporciona el estiércol animal; es más rico en nitrógeno, en fósforo y potasio, lo cual es ideal para cultivos intensivos (en tierra de riego, de alta productividad por hectárea), o delicados, como el de las plantas de flor".**

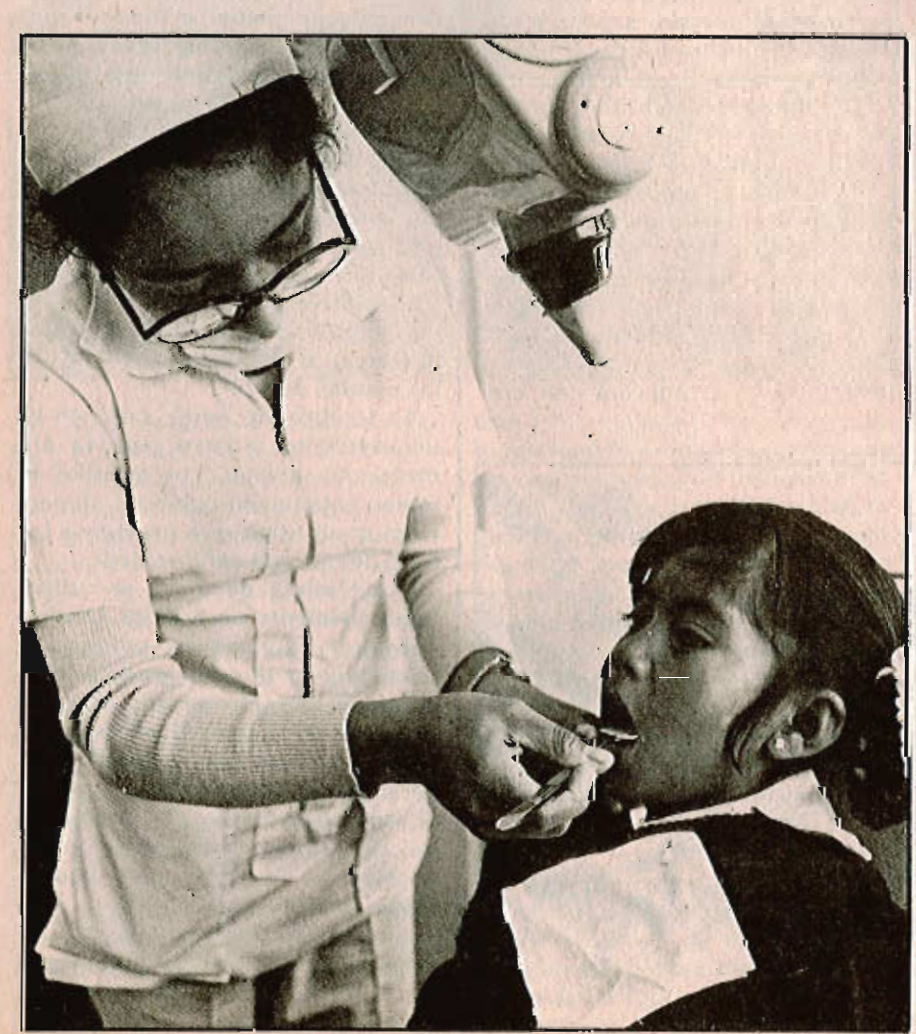
La lombriz de tierra, también es un excelente recurso para la alimentación animal. Los estudios la tienen catalogada como un alimento muy nutritivo que protege a las aves de muchas enfermedades.

"La lombriz de tierra se cultiva industrialmente en Estados Unidos, Taiwán y Filipinas. La producción se calcula en 10 millones de especímenes al año, el mercado mundial se aproxima a los mil millones de dólares y tiene una expansión del 20 al 30 por ciento anual", afirma el licenciado Sabag. El interés en su cultivo no es gratuito, ya que el hombre ha resultado muy beneficiado con esta especie.

El citado experto señala que la lombriz también puede representar en el futuro un recurso alimentario para el hombre. (J.V.)

Emergencias infantiles ¿qué hacer ante ellas?

En casi todas las casas hay niños, que además de ser adorables, son también los responsables de gran parte de los sustos y sobresaltos de nuestra vida. Se caen, se queman, tragan toda clase de objetos extraños , y hasta se rompen, cada tanto, uno que otro hueso. Muchas veces los adultos quedamos paralizados, y éste es precisamente el problema: no sabemos qué hacer, cómo, ni dónde llevarlos.



¿A DONDE IR? La preocupación fundamental en estos casos es dónde resolver mejor la situación, ya que generalmente la forma más efectiva de abordar la emergencia, no es la más cara. Los consultorios particulares a los que se suele acudir, además de ser carísimos, no siempre cuentan con los medios adecuados para enfrentar situaciones de emergencia. Una consulta médica particular cuesta entre 1,000 y 3,000 pesos. La más simple atención de urgencia, si requiere de placas o curaciones, asciende fácilmente a 10,000 pesos.

Sin embargo, es posible atender las emergencias de los niños de forma mucho más económica y no menos eficiente. En el DIF, por ejemplo, una visita de urgencia de primera vez cuesta 100 pesos. Posteriormente allí se hace un estudio socioeconómico de la familia para costear posibles internaciones u otros tratamientos. Un procedimiento similar tiene el Hospital Infantil de México. En estos centros solamente atienden a quienes no tienen derecho a los servicios del IMSS o del ISSSTE.

Los centros médicos de éstas últimas instituciones atienden exclusivamente a sus derechohabientes. Pero en una emergencia grave acu-

da al hospital más cercano a su domicilio. En cualquiera de ellos atenderán a su hijo. La consulta en estos casos no se cobra. Si se requiere hospitalización, intervenciones u otros procedimientos que originen gastos, se hace un estudio de los recursos con que cuenta la familia. En todos los casos será mucho más accesible que cualquier clínica privada. Además, hay que tener en cuenta que centros como el DIF cuentan con personal y material altamente especializados, que no hay en la mayor parte de las clínicas privadas.

En el Distrito Federal hay centros médicos organizados en tres niveles de atención, dependiendo del caso y su gravedad. El uso adecuado de ellos nos permite, tanto a nosotros como a los demás, un aprovechamiento óptimo de los servicios que se presentan en las diversas instituciones. Los **centros de primer nivel** son los que prestan servicios de consulta externa, análisis de laboratorio, vacunas y prevención de enfermedades. En este nivel se encuentran los centros de salud de SSA y también los centros del DIF dedicados a la consulta externa.

Los **centros de segundo nivel** son los adecuados para la atención de accidentes leves, de bronconeumonías, diarreas graves, quemaduras, cirugía menor y traumatismos leves. Son los hospitales infantiles de urgencias del DDF.

Los **centros de tercer nivel** son los que atienden los casos de extrema gravedad. Pertenecen a este nivel el Hospital Infantil de México, el Centro Médico Nacional, el Hospital 20 de Noviembre, el DIF de Av. Insurgentes y Av. Imán. Estos centros tienen el personal y equipo adecuados para realizar los estudios más especializados.

Si se recurre injustificadamente a un centro de tercer nivel se le está quitando el lugar a un caso cuya urgencia amerita su atención inmediata. Por eso es importante conocer los distintos centros y concurrir al que corresponde de acuerdo con la severidad del caso. El Dr. Adalberto Heras Piñón, residente de pediatría del DIF, nos dice que **"muchas veces la revisión de una simple faringitis demora la atención de otro paciente con un padecimiento que hay que revisar y tratar urgentemente".**

El Sector Salud ofrece atención gratuita a la población.

¿QUE HACER? Las emergencias más frecuentes en los centros de atención infantil son: intoxicaciones, ingestas, quemaduras, alojamiento de cuerpos extraños en vías áreas o digestivas, golpes, heridas y deshidrataciones. El Dr. Adalberto Heras Piñón nos proporcionó información sobre cada una de ellas para poder actuar adecuadamente cuando se presenten.

Intoxicaciones: pueden ser originadas por la ingestión de medicamentos que se dejan al alcance del niño, de manera que pueda tomarlos sin control o sin conocimiento de los adultos. Como es obvio, este peligro se conjura dejando las medicinas fuera del alcance de los niños. También pueden tener su origen en el uso indiscriminado de medicamentos que se recetan "por similitud". Si el hijo de la vecina tuvo una enfermedad parecida, se le administra a otro niño la misma medicación, suponiendo que causará efectos similares. No se tienen en cuenta las características pecualiares del niño y de su enfermedad, que son las que determinarán el tipo de medicamento a administrar y la dosis correcta.

Las intoxicaciones provocadas por un consumo excesivo de aspirinas o cualquiera de los medicamentos similares (independientemente de su nombre comercial) pueden ocasionar complicaciones metabólicas, descompensación del ph sanguíneo, deshidratación y problemas en el sistema nervioso central. Como se puede observar, las aspirinas, aparentemente inofensivas, no lo son tanto y deben ser recetadas por un médico que valore al paciente y las dosis adecuadas para él.

Ingestas: se refiere a la ingestión de distintos tipos de sustancias que provocan lesiones en el aparato digestivo.

Las ingestiones más frecuentes son las de caústicos, como la sosa o distintas sustancias que se usan para la limpieza de cocinas y baños. En estos casos se provocan quemaduras del esófago, que suelen traer distintas complicaciones tardías.

La ingestión de hidrocarburos o thinner provoca neumonías. El niño presenta dificultad para respirar y huele a petróleo. Aunque el paciente no tenga la boca quemada, sería falso suponer que está libre de lesiones internas. Es posible que presente quemaduras no visibles.

En cualquiera de estos casos se recomienda no darle nada de tomar (porque el tratamiento depende de la sustancia ingerida) mientras se concurre con la mayor rapidez posible a un **centro de tercer nivel,** que son los que cuentan con el equipo y el personal adecuados para hacer los estudios necesarios.

Cuerpos extraños en vías aéreas o digestivas: es muy frecuente que los niños se introduzcan semillas, monedas, alfileres y los más diversos objetos en la nariz o en los oídos. Los casos más peligrosos son aquellos en que los objetos se introducen en las vías aéreas, puesto que pueden impedir la respiración y provocar una asfixia. Se debe acudir inmediamente al médico, en un **segundo nivel** de atención. Normalmente todos los hospitales de zona del IMSS, ISSSTE y hospitales infantiles del DDF, cuentan con el equipo y las posibilidades para extraer el cuerpo extraño. Si el mismo se ha alojado en un lugar que presenta grandes dificultades para su extracción, los médicos de estos centros derivarán al paciente a uno de tercer nivel, para que se efectúe el desalojamiento del cuerpo extraño.

Quemaduras: las quemaduras, como la mayor parte de las emergencias descritas, tienen su origen en el descuido de los mayores.

Pueden ser de distinta extensión y profundidad. De estas dos características depende su gravedad, pero independientemente de ella siempre se debe procurar asistencia médica. El uso de pomadas no es recomendable pues suelen contener antibiótico, lo que no siempre es adecuado ya que sensibilizan la zona afectada. La Vitacilina, por ejemplo, medicina con extensa propaganda en la televisión, es del tipo de pomadas con antibiótico que no son recomendables. Los comerciales que inducen a su uso indiscriminado son incorrectos.

Los consejos que podemos dar para el caso de quemaduras son: lavarlas con agua hervida en caso de estar sucia la zona, y cuando se trate de lesiones muy leves puede colocarse vaselina o crema neutra sobre la zona afectada para lubricarla.

Golpes y heridas: también en estos casos hay diferentes niveles de emergencia. En el caso de las heridas, según su profundidad y su magnitud; en el caso de las fracturas, según el lugar. De estas últimas, las más graves son los traumatismos cráneo-encefálicos y las fracturas de espina dorsal.

Las heridas pueden ser tratadas en cualquier consultorio y las fracturas pueden recibir su primera atención también en consultorio, pero a condición de que tenga equipo de rayos X **(centros de segundo nivel).** En los casos de traumatismos importantes se debe acudir a los de **tercer nivel.**

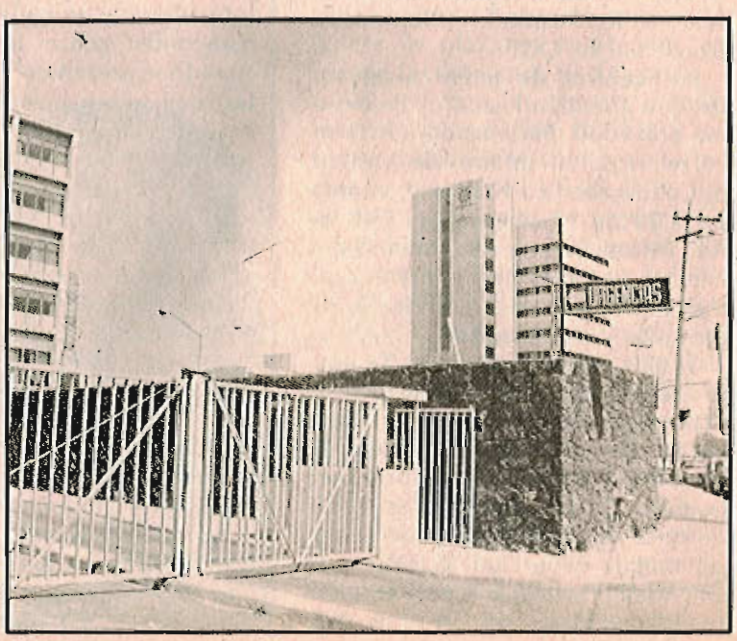
Cuando el golpe es grave y especialmente si ha afectado la espina dorsal, es conveniente que el paciente sólo sea movido por enfermeros y personal especializado. En caso de necesidad, se le debe mover colocándolo muy cuidadosamente sobre una plancha rígida.

Si se trata de traumatismos craneanos (de cabeza), el niño puede ser movilizado, teniendo la precaución de llevarlo con la cabeza más alta que el resto del cuerpo.

Cuando se producen fracturas muy importantes en las extremidades, existe el peligro de que el propio hueso quebrado cause daños serios en los tejidos que lo rodean y afecte arterias, venas o nervios importantes de la zona. Por ello puede ser conveniente, sobre todo si el traslado a un centro médico es largo, que se entablille el miembro fracturado.

Las heridas se pueden lavar con agua hervida y jabón. No se deben cubrir, a menos que sean muy sangrantes. En este último caso es conveniente comprimirlas con vendaje. Cuando presentan una profundidad de más de 4 mm pueden ameritar sutura y es conveniente acudir de inmediato al médico. No deben transcurrir muchas horas entre la lesión y la atención médica de la misma, ya que se pueden provocar complicaciones. Para el caso de heridas se puede concurrir a la Cruz Roja.

Deshidrataciones: "las deshidrataciones siguen siendo el pan nuestro de cada día", nos dice el Dr. Heras Piñón. Gran parte de los casos que llegan al servicio de emergencia del DIF son deshidrataciones. Estas se presentan fundamentalmente en lactantes. Es necesario cumplir todas las indicaciones higiénicas y dietéticas para evitarlas, pero una vez que se han declarado, no se debe premedicar. Es decir, hay que



La atención hospitalaria puede salvar una vida.

presentarse de inmediato al médico, en cuanto el niño presenta diarrea, sin administrarle previamente medicamentos. El uso indiscriminado de tés también puede resultar perjudicial, pues su exceso ocasiona descompensaciones, lo mismo que cualquier otro líquido. Quien debe indicar qué debe tomar el paciente es el médico. Sin embargo, lo más recomendable para administrar **hasta que éste llegue,** es el suero oral de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Lo que no se debe hacer. No se debe retrasar el momento de atención del niño. Una vez producida la emergencia, es importante llevarlo lo más rápidamente posible al centro adecuado para su atención.

* No se debe administrar medicación múltiple. Para ello es necesario que se le atienda en el lugar apropiado, no se le cambie de médico y en caso de que haya un cambio, los padres informen correctamente qué medicamentos ha tomado el paciente. Pero sobre todo hay que recordar que NUNCA se deben administrar medicinas recomendadas por la vecina, la amiga, o cualquier otra persona que no sea un médico.

* No se deben aplicar diversas pomadas en las quemaduras, sino sólo aquellas que el médico señale (en caso de que lo haga).

* No se deben administrar indiscriminadamente tés cuando hay diarreas, para evitar las alteraciones que éstos pueden llegar a producir. Lo mismo puede decirse para el caso de los sueros orales. Como medida preventiva, se recomienda no hacer cambios de leche, sin previa consulta con el médico.

* No se debe inducir el vómito en los casos de ingestión de petróleo, thiner y otras sustancias. Puede ser verdaderamente peligroso.

* No se debe acudir a un centro de tercer nivel —centro hospitalario— si el caso no lo amerita. Recuerde que puede estar demorando la atención de un niño cuya vida corre peligro.

¡SUSCRIBASE HOY MISMO!

La revista del Consumidor le dice cómo gastar menos y comprar mejor

Le orienta y ayuda a evitar problemas y sorpresas desagradables

350 pesos al año le pueden ahorrar miles

Para suscribirse a la Revista del Consumidor por un año (12 números), envíe $ 350.00 (Trescientos cincuenta pesos 00/100 M.N.) por medio de cheque o giro postal a nombre de:

Instituto Nacional de Consumidor
Departamento de Distribución
Insurgentes Sur 1228-8° piso
México, D.F.
Código Postal 03210

Nombre: _____

Dirección: _____ Tel: _____

Ciudad: _____ Código Postal: _____

Recorte este cupón

Dóblese y Péguese aquí

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Insurgentes Sur No.1228
México 03210, D.F. Tel. 559 7377

Lentes al minuto

En el mismo estante de los artículos fotográficos de algunas tiendas de autoservicio, se puede encontrar una nueva moda de la optrometría: los lentes de vista cansada. **"Son para personas que tienen la necesidad de leer y padecende fatiga ocular. Son muy baratos, pero lo malo es que son lentes poco gruesos, con demasiadas ondulaciones en el cristal, que provocan dolores de cabeza"**, de acuerdo al comentario del doctor en optometría Francisco Peña Turati.

"Se venden muchísimos, sobre todo a gente grande", apunta la encargada de estos artículos en la Comercial Mexicana, Graciela M. **"Los hay en tres 'tallas': 1.50, 2.00 y 2.50 (dioptrías), y usted no necesita receta médica para usarlos"**, continúa la encargada, al mismo tiempo que se puede leer las indicaciones del fabricante de estos lentes, Styloptic de México: **"Tome el anteojo de prueba. Colóqueselos y seleccione con el que vea mejor en la tarjeta de lectura"**. Y listo, lentes al minuto.

Sin embargo, el encargado de una pequeña óptica en Mixcoac tiene su propio método para fabricar lentes para vista cansada, y por tanto, su opinión acerca de estos novedosos artículos es muy diferente: **"no es cierto que estén hechos de un día para otro, sino que los cristales que sobran de una graduación determinada se venden al cliente... si es que corresponde a sus necesidades"**. Esto, según especialistas, puede originar arbitrariedades, pues si usted necesita cinco dioptrías y sólo hay en existencia cristales de siete dioptrías el cliente obtiene un lente mal graduado que originaría, en el futuro, daños a su vista.

La vista es un asunto serio y por eso conviene recordar las palabras del doctor Peña: **"si necesita lentes, recurra a profesionales"**.

El consumo alrededor de la fe

En el atrio de la Basílica, justo enfrente del cerro del Tepeyac, una mujer de tez morena y de aspecto humilde de pronto vio adornado su vestido por un distintivo con la imagen de la Guadalupana, sus manos recibieron tarjetas impresas con oraciones a la vez que escuchaba la voz de una mujer, regordeta y maquillada: **"Lo que guste cooperar"**, y al notar cierta aceptación de la sorprendida mujer, le exigió 500 pesos.

Otro caso: un hombre que pregona ser de la religión evangélica reparte folletos de casa en casa. En su templo, los creyentes aportan un día de su salario, en cuanto reciben sus percepciones, para mantener los gastos del inmueble y pagar el sueldo del pastor: 60 mil pesos mensuales.

Aún más: cuando un joven decidió continuar su camino por la avenida Juárez, cargando con las varitas de incienso y el libro que le dieron dos hombres vestidos a la usanza de la India y rapados, salvo una "colita" trenzada, fue detenido nuevamente: **"Oye, no los regalamos, son 250 pesos".**

El comercio no perdona y sus tentáculos se extienden por todas partes sin importarle razas o credos y en este sentido la religión es otra de sus fuentes de ingresos. Según el X Censo General de Población y Vivienda de 1980, el 89.4% profesa la religión católica, el 3.6 la protestante o evangélica, el 0.1 la judaica, el 0.8 otras y el 3.2 una no especificada. Independientemente de los altos o bajos porcentajes, todos los creyentes pueden representar un mercado a costa de sus tradiciones o de su fe.

"Dejemos todo aquello que no es esencial para la manifestación de nuestras prácticas religiosas —señala el padre Francisco Antonio Macedo Tenllado, canciller de la Curia del Arzobispado de México—, **no multipliquemos otras devociones que no tienen razón de ser porque propician esa proliferación de imagencitas en llaveros, plumas y tantas otras cosas".**

Y es cierto, el creyente busca en quién encomendarse y el comerciante le ofrece imágenes, figuras o libros para quedarse con su dinero. Por ejemplo, en La Villa, lugar donde concurren aproximadamente 10 mil personas al día, se aprecia una gran cantidad de vendedores ambulantes y de tiendas que ofrecen biblias de distintos editores cuyo valor fluctúa entre 525 y dos mil pesos. Asimismo, se venden imágenes enmarcadas desde 550 hasta 12 mil pesos y "milagritos" de 50 a 550; también hay rosarios que van de 150 hasta 15 mil pesos. No podían faltar las veladoras que cuestan de 50 a 250 pesos. Otros artículos que se ofrecen con imágenes religiosas son calcomanías, agendas, llaveros, tarjetas y otras tantas cosas que de señalarse, podrían llenar el espacio de esta Revista ¡inclusive se venden discos con salmos!

Para rematar este párrafo, en la Casa Alvarez, tienda dedicada a vender artículos religiosos, se ofrece una botella con ¡agua bendita! que no es otra cosa que una figura de plástico de la Virgen Morena. **"Normalmente no se debe vender** —se excusa uno de los empleados— **pero para ahorrarles la vuelta... nosotros nada más les vendemos el envase: 180 pesos pintado y 70 sin pintar".**

En este sentido, el padre Macedo Tenllado afirma que la Iglesia Católica no tiene control sobre la reproducción de productos religiosos.

Entonces: ¿cuáles son los principales objetos que debe poseer un feligrés de la religión católica? **"La Biblia, Los Evangelios** —señala un sacerdote del Centro Universitario Cultural (CUC)— **y un Cristo que le recuerde a Aquel que murió por ser fiel, como proyecto de un Dios, que quería hacer de este mundo uno más humano. Lo demás ya es exceso".**

Además, explica que la mayoría de la gente que adquiere todos esos artículos los dota de un poder mágico: **"La magia es una deformación de la religión. Los llaveros, los rosarios, el escapulario tienen más de mágico que de cristiano, porque confiamos más en el amuleto que en Aquel que nos ama: Cristo".**

Ahora bien, la Iglesia Católica prohíbe recibir retribución alguna por bendecir artículos religiosos: **"aunque los fieles me la ofrezcan espontáneamente** —manifiesta el padre Macedo Tenllado—, **yo no debo recibirla..."** Eso ya depende de quien lo da y quien lo recibe...

Respecto a los sacramentos (bautizo, confirmación, primera co-

Algunos objetos tienen más de mágico que de cristiano.

munión y matrimonio) existe un cierto desconcierto de parte de algunos fieles, quienes se preguntan por qué es más cara una ceremonia de templo a templo.

Por ejemplo, en la parroquia San Antonio Padua, situada en la colonia San Andrés Zacahuitzco (Portales), el costo de la ceremonia para una boda oscila entre 4 mil 800 y 7 mil 900 pesos, mientras que en la parroquia San Agustín, ubicada en la colonia Polanco, fluctúa entre 18 mil y 43 mil.

Planteada esta situación, el sacerdote Macedo Tenllado dice: **"La Iglesia Católica ha tenido siempre una norma: por equis cosa le pedimos que si pueden nos den equis cantidad, pero si no pueden no se preocupen, de todas maneras lo realizamos".**

El religioso del CUC profundiza en este sentido y nos explica: **"Algunas personas, por ignorancia, creen que lo que nos une en comunión con Dios es el dinero, siendo que ponernos en contacto con Dios es solidarizarnos con nuestro hermano, aquel que tiene hambre y sed, o está desnudo o en la cárcel".**

No faltará un alma generosa que arroje unas monedas.

Por otro lado, los fieles de otras religiones cristianas, pese a que no adoran imágenes ni pagan por recibir sacramentos, se enfrentan a un desembolso más frecuente e insalvable: el diezmo.

"A diferencia de las demás denominaciones evangélicas, nosotros admitimos a fieles de todas las religiones —señala José Enrique Morales Bustos, presidente de la Unión de Jóvenes de la Iglesia Bautista Horeb (avenida Plutarco Elías Calles).— Indica que los ingresos mensuales por concepto de diezmos son de 800 mil pesos. **"De esta cantidad** —continúa— **100 mil se envían a la Convención Nacional Bautista y 60 mil se destinan al sueldo mensual del pastor".**

En el caso de la establecida por el profeta norteamericano José Smith, en el siglo XIX, la mormona, también los creyentes aportan una décima parte de sus percepciones semanal o quincenalmente (conforme las cobren). **"Aquí todos trabajamos y todos aportamos** —señala Rubén Alarcón, obispo de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Ultimos Días, situada en Ermita Iztapalapa 31—, **para sostener las actividades religiosas, culturales, sociales y recreativas de nuestra comunidad y de nuestros máximos dirigentes".**

Los gurús y discípulos de Krshna también alimentan su cuerpo y **humildemente** rentan en 120 mil una casa situada en la colonia San Miguel Chapultepec. **"Además del pequeño donativo que nos da la Secretaría de Salubridad** —indica Premānanda dāsa Adhileari, director del único centro Krshna de la capital—, **nos sostenemos de la venta, única y exclusivamente, de libros e incienso".** Al tiempo que ordena con la mirada a uno de los discípulos que retire su plato sucio, afirma: **"Vivimos sencillamente. En la Central de Abastos algunos comerciantes nos regalan fruta y verdura y nosotros correspondemos preparándoles comida".**

Pese a ser unos destacados comerciantes en ropa, comestibles y joyería, los aproximadamente 40 mil judíos del país no acostumbran consumir objetos religiosos. **"No es importante** —afirma Abraham Bartfeld, rabino de la Comunidad Israelita de México—. **Dios está espiritualmente dentro de nosotros, además de que tampoco adornamos ni ofrecemos grandes ofrendas para realizar nuestras ceremonias: la circuncisión la realiza un médico de nuestra propia comunidad. El barmitzua** (confirmación de los adolescentes) **y los casamientos se realizan dentro de nuestro templo, el cual es sostenido por un donativo anual y aportaciones de algunos creyentes".**

Comerciar con pretexto religioso no es algo novedoso. En La Biblia ya se consigna: **"Y entró Jesús en el templo de Dios, y echó fuera a todos los que vendían y compraban en el Templo y volcó las mesas de los cambistas, y las sillas de los que vendían palomas..."**

REVISTA DEL CONSUMIDOR 83 / MARZO 1984

Ritos orientales: ¿moda o devoción religiosa?

Por todos los rumbos de la ciudad proliferan los cursos, reuniones o pláticas en los que generalmente un predicador o maestro imparte sus conocimientos sobre la doctrina que practica a decenas, en ocasiones cientos, de personas. Se trata de diferentes grupos —nutridos principalmente por jóvenes de clase media— que se reúnen en torno a un maestro para practicar la meditación, ejercicios de relajación orientales y, según palabras de sus propios miembros, **"para lograr tanto el amor como la paz espiritual y conocer la verdad"**. Tal vez usted forme parte de uno de estos círculos o con seguridad conoce alguna persona que lleve a cabo alguna de estas prácticas místicas.

El fenómeno ha intrigado a la Revista del Consumidor, ya que este tipo de prácticas o ritos llevan consigo también la compra de diversos objetos, tales como amuletos u adornos con un valor de hasta $ 3 mil, el cambio de los hábitos alimentarios por el consumo de productos vegetarianos además, desde luego, del costo de los cursos que, aunque en ocasiones son gratuitos o por cooperación voluntaria, pueden llegar a costar $ 2 mil la inscripción y $ 2 mil mensuales por dos clases de una hora a la semana.

Por esta razón, se realizó una investigación sobre el tema y se entrevistó al psicólogo y comunicólogo Tirso Limón Márquez, Coordinador de Estudios de Licenciatura en Psicología Social del Departamento de Sociología de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, para contar con una opinión calificada en la materia. **"Los jóvenes que se involucran en este tipo de actividades quizá, en el fondo, lo que buscan es su propia identidad** —afirma—. **Existe en ellos una gran necesidad de afecto, aceptación, comunicación y reconocimiento por parte de un grupo social de referencia que les otorgue la seguridad en sí mismos que les hace falta. El hecho de seguir a un "líder espiritual" indica también la carencia de un modelo paterno sólido en el cual reflejarse y al cual imitar"**. Sin em-

bargo, el especialista aclaró que estas conductas no son privativas de la juventud de clase media, en su opinión abarcan todos los estratos socioeconómicos.

"Hay que tomar en cuenta —continuó— **que esta influencia de ritos orientales basados en el yoga también son una moda. Lo paradójico es que muchas de estas corrientes consideran que el espíritu se encuentra integrado en forma dispersa al cosmos. Es decir, plantean la desintegración cuando en relidad lo que buscan con ansia es la integración de su propia personalidad".**

Durante la investigación que se llevó a cabo, fue posible conocer el tipo de productos que consumen estos jóvenes como parte de los ritos que practican. Con el fin de saber cuál es el gasto que representa su consumo, se acudió a tiendas donde venden artículos esotéricos, a cafés turcos y almacenes naturistas.

En cuanto a las tiendas donde venden los artículos denominados "esotéricos", una de las investigadas fue "La cola del cocodrilo", en la cual se venden infinidad de objetos de lo más disímbolos; incienso Hare Krshna, incensarios, libros, ídolos, budas, cristos, krshnas, aceites, Kegel, ropa hindú, pastas de dientes naturales, pirámides, medicamentos homeopáticos, amuletos, panes, galletas, alimentos y bebidas naturistas, yogurth, Yakoult, cassettes con música especial para aliviar la tensión, Ma. Evans, etc. Allí fue posible recoger la opinión de varios consumidores, por ejemplo la del bailarín y coreógrafo Manuel Torres, de 25 años, quien al ser interrogado acerca de sus motivos para comprar una pirámide de $ 3 mil sostiene: **"Empecé por comprar una planta de Zábila porque una alumna mía me dijo que en mi casa había malas vibraciones y con ella se eliminarían. Ahora compro la pirámide para recabar energía positiva y contribuir más a que desaparezcan esas malas vibraciones".** Otro consumidor, el estudiante Alberto Cárdenas, de 20 años, comentó en la misma tienda: **"no hay mejor amuleto que la práctica correcta del yoga, todos los amuletos o adornos resultan**

Según sus adeptos, los ritos orientales ayudan a alcanzar la paz espiritual.

superfluos y caros. Yo practico Kundalini yoga porque tenía un sentimiento de insatisfacción con respecto a la religión y necesitaba algo que me ayudara a encontrar la paz y la verdad espiritual. Ahora además soy vegetariano".

Por otra parte, en las tiendas de productos naturistas que se encuentran repletas de carteles con anuncios de sesiones de diversas clases de yoga, cursos de ingeniería mental, reuniones sobre dianética, centros de investigación de conocimientos extraterrestres, etc., la estudiante Rosa Arellano, de 19 años, dijo a esta revista: **"Soy vegetariana porque practico las enseñanzas del discípulo mexicano del hindú Maharajhi, que en la actualidad vive en Miami, Florida. Antes de ir a las pláticas estaba muy desorientada, son gratuitas y sólo se coopera voluntariamente con algún donativo o actividad de servicio".**

Durante la inspección, tanto de los almacenes de productos naturistas como de los establecimientos de artículos esotéricos, se observaron grandes variaciones de precios. Por ejemplo, el incienso Hare Krshna en La cola de cocodrilo tiene un precio de $ 135; en Super Soya de Insurgentes, $ 170; en el café Turco Tarot de la Zona Rosa, $ 185; en la tienda Soya de avenida La Paz, $ 200 y en la tienda Soya del Metro Insurgentes, $ 259. Los mismo ocurre con la crema de zábila que en Super Soya vale $ 835 en tanto que en Soya La Paz, $ 400. El cereal granola, por su parte, tiene un precio de $ 179 en los supermercados, pero en Super Soya Insurgentes cuesta $ 244. Los incensarios fluctúan entre $ 495 y $ 800, y los pequeños amuletos de plástico entre $ 500 y $ 1,500 pesos.

En lo que se refiere a las galletas de salvado, un paquete con siete galletas vale $ 120 en la tienda de la Gran Fraternidad Universal y $ 138 en Super Soya. Aquí cabría recordar que un kilo de galletas Marías tiene un precio en Conasupo de $ 95.90. En el mismo caso se encuentra el pan integral de caja familiar, que en Super Soya cuesta $ 200 en tanto que su similar en Conasupo vale $ 46 pesos.

Por último, al visitar el café turco Tarot en la Zona Rosa aparecieron nuevos artículos para el consumo de aquellos que gustan de realizar algunas de las innumerables prácticas místicas que existen. Se trata de jabones de San Judas Tadeo que alcanzan el precio de $ 200 la pastilla, pócima del Niño Fidencio de $ 500, así como varios aerosoles "para atraer la armonía y alejar las malas vibraciones" que valen $ 800 pesos.

La comunicóloga Eugenia Díaz Cortés, interesada en el tema, asegura que el hecho de recurrir a pócimas mágicas para resolver los problemas cotidianos es la afloración del espíritu primitivo religioso del hombre, que aún prevalece hoy en día. Ella afirma: **"es la conciencia del ser humano que sabe que hay algo que escapa a sus manos, que no domina todas las circunstancias y por ello recurre a objetos o ritos que él mismo crea para darse seguridad".** Pero agrega: **"lo que resulta inadmisible es que se lucre con esa necesidad de las personas. Se debe entender que las virtudes de un amuleto o de una pócima no aumentan si su valor monetario es alto".**

Para finalizar, el licenciado Limón agregó que no debe existir un rechazo por parte de la sociedad hacia las prácticas místicas o hacia quienes las realizan, siempre y cuando éstas sean pacíficas y no afecten el bolsillo. **"La sociedad no puede desconocer a esos grupos porque han nacido de ella misma** —explica— **de necesidades que no ha podido satisfacer, de ahí el surgimiento de nuevas filosofías en respuesta a las tal vez ya obsoletas".**

Talleres que reparan lo imposible

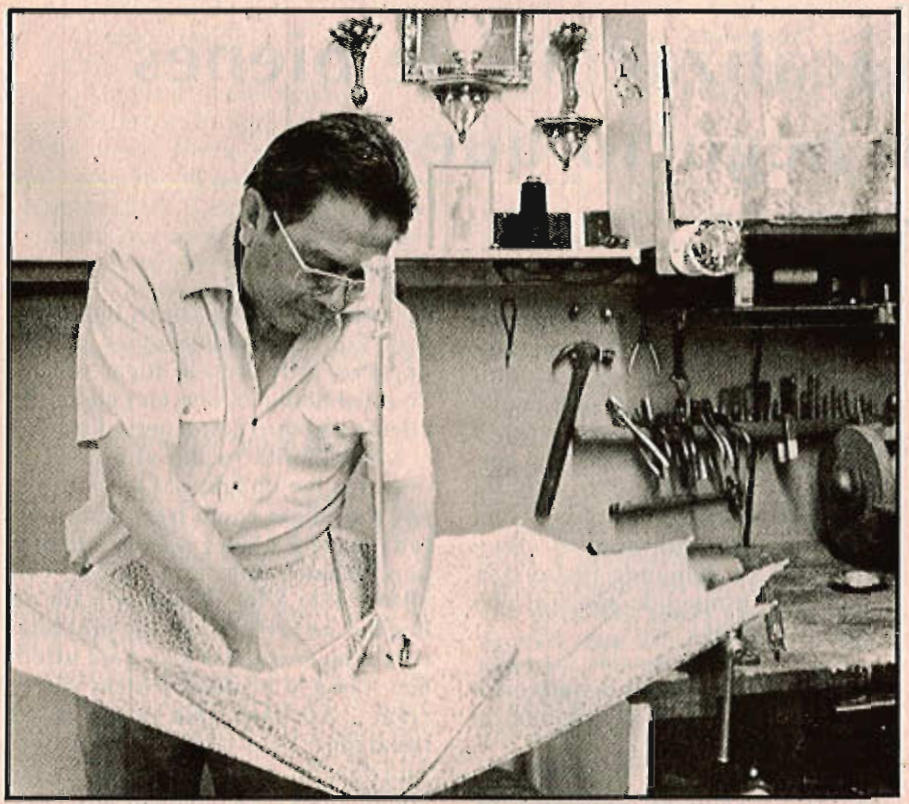
"Casi todo es reparable, en realidad son pocos los objetos de talabartería que presentan una avería irremediable. Simple y sencillamente hace falta un poco de ingenio y conocimiento sobre el trabajo para que, por ejemplo, una bolsa pueda volver a dar el servicio que prestaba de nueva". Así se expresa Mario Jiménez, encargado de la talabartería Rossi ubicada en la calle de Cuba 73-C en pleno centro de la ciudad de México, ante la pregunta ¿qué tan fácil es reparar?

Como se sabe, una talabartería se dedica exclusivamente a hacer, vender o reparar todo tipo de artículos de piel como bolsas, maletas, petacas, mochilas, carteras, cinturones, etc., pero el entrevistado generaliza e insiste: **"En cualquier ramo es difícil encontrarse con un objeto que no tenga arreglo, bien dice el dicho:** 'todo tiene remedio, **menos la muerte' ".** No obstante, también explica que hay excepciones en las que resulta más caro componer el artículo que comprarlo nuevo, o por ejemplo los casos de algunas bolsas con rajaduras por robo, en los que es preferible desechar la prenda porque su reparación es antiestética.

Según informó el señor Jiménez, los precios de compostura varían mucho en relación al tipo de desperfecto, pero los más frecuentes en su especialidad son las roturas de cierre en maletas y bolsas por las que se cobra un promedio de $ 300 pesos; una reparación del forro cuesta $ 400, y cuando es necesario reponer la hebilla de un cinturón, las hay de $ 50 pesos en adelante. **"Ahora tengo muchas maletas grandes para componer, es lógico** —asegura— **aunque las hay de precios accesibles, como la Michoacana de $ 1,895 pesos,** que por lo regular resulta más barato componerlas. **No se diga ya en los casos de maletas marca Iberia de $ 5,980 pesos o Samsonite, de más de $ 11,000".**

Por el mismo rumbo de la talabartería, en Filomeno Mata 18-C, se encuentra la Paragüería Roma, donde Julio Gómez Rodríguez, con más de 20 años en ventas y reparación de paraguas y sombrillas, da su opinión a la **Revista del Consumidor** sobre la conveniencia de comprar un paraguas nuevo o reparar el averiado. **"Cuando llega un cliente con un paraguas para arreglar** —sostiene— **le aconsejamos, según el estado del mismo, si le costea más repararlo o adquirir uno nuevo. Por ejemplo, cuando se encuentra muy oxidado ya no merece la pena hacer nada por él."**

En este mismo establecimiento fue posible constatar los precios de



los diferentes paraguas que circulan en el mercado, los cuales fluctúan desde $ 1,906 pesos hasta 7,235, tanto para dama como para caballero. El señor Gómez Rodríguez comenta: **"En época de lluvias la gente entra a la tienda en busca de un paraguas pero, en ocasiones, al ver los precios prefiere pedir un periódico para cubrirse del agua. Desgraciadamente los materiales son importados, por lo que es muy difícil abatir los costos".** Ante esta situación el entrevistado recomienda desempolvar ese paraguas arrumbado en casa que, por desidia o tal vez porque se piensa que no tiene remedio, nunca se ha llevado al taller de reparación. Las averías más comunes son la rotura de una varilla, cuyo costo de reparación aproximado es de 100 a 150 pesos, y el cambio de mango, que puede valer desde 285 hasta 650 si se desea uno muy fino.

Al parecer, las principales fallas en un paraguas o en una sombrilla se deben a la falta de ciudado por parte del usuario. El señor Gómez Rodríguez explica: **"Un paraguas reparado queda perfecto, si a veces se vuelve a descomponer es por no saberlo usar. Por esta razón, no damos garantía ni en los nuevos ni en los que componemos. Además, hay que recordar que el mismo servicio prestará el de menor que el de mayor precio, ya que tanto uno como otro tienden a deteriorarse".**

Justo enfrente de la paragüería, en Filomeno Mata número 11, se encuentra otro establecimiento dedicado a los menesteres de compostura. Se trata de la casa Abi, especializada en reparación de rasuradoras, encendedores y plumas. **"Antes** —añade su encargado Raúl Reséndiz— **también reparábamos pipas, pero ahora ya no debido a que las boquillas son importadas y es difícil conseguirlas. El consumidor debe asegurarse que haya repuestos de los objetos que adquiere; de otra manera, es muy probable que en un tiempo queden inservibles".** En este local el abogado Pedro Ruiz, quien llevaba su rasuradora Braun para reparación, comentó que —una vez transcurridos los tres años de garantía de la máquina— pensaba que ésta ya no tendría arreglo en ninguna parte. **"Según parece el problema está en la bobina** —señala— **y aquí la repararán por $ 900".** Allí mismo se pudo comprobar que esa rasuradora nueva tiene un precio de $ 8,595. El técnico de Casa Abi informa que las rasuradoras que con mayor frecuencia le llevan a reparar son Philips, Ronson y Braun, y su trabajo cuenta con tres meses de garantía.

Por otra parte, explicó que en cuanto a desperfectos en encendedores por lo general se trata de averías en la válvula o en el esmeril, lo que implica un costo de 250 a $ 500 y queda entonces a consideración del cliente hacer o no el desembolso. Añadió que el caso de las plumas, los bolígrafos y lapiceros es similar. **"Con la moda de 'úsese y tírese'** —apunta— **muchas personas prefieren comprar un encendedor desechable de $ 100",** que sin embargo es posible recargar alrededor de 7 u 8 veces por 30 ó $ 40 en cualquier establecimiento como éste.

Por último, en la colonia Roma de la Ciudad de México, en el número 33 de la calle de Cozumel se encuentra una reparadora de calzado donde fue posible recoger las opiniones de algunos clientes sobre la reparación de zapatos. El ama de casa Elizabeth Juárez afirmó, por ejemplo, que ahora más que nunca recurre a reparar su calzado debido a que los zapatos alcanzan precios de hasta $ 6 mil el par. Otra ama de casa, Paulina Reséndiz, agrega: **"Hace mucho tiempo que quería arreglar estos zapatos. Ahora me van a quedar como nuevos por $ 160".**

En este establecimiento, el precio promedio por el cambio de tapas para tacones para dama es de $ 150, en tanto que la reparación del cierre de una bota puede costar 160. El encargado de la reparadora de calzado, Raúl Morales, recuerda: **"Cuando era zapatero en Tlalnepantla tenía más trabajo. No sólo pegaba tapas y arreglaba cierres, allí también había demanda de medias suelas y suelas corridas. Debe ser que al capitalino le gusta más gastar en zapatos nuevos".**

[Ma. Esperanza Herrero]

Agencias de localización de bienes inmuebles: un negocio que le deja sin casa

"Mira, 'maestro', si se trata de encontrar un lugar donde vivir, busca uno hasta por debajo de las coladeras", de esta forma relata el señor Guillermo Aburto, vecino de la colonia Guadalupe Inn, su esfuerzo por conseguir casa-habitación. **"Te compras algunos periódicos** —añade— **y lees los anuncios de alquiler de casas y departamentos; en casi todos te encuentras con rentas de 20, 40, 80, 100 mil pesos o más, y de dos o tres recámaras... De pronto, aparece una lista donde te dicen: 'Visítenos primero', 'somos los mejores', y anuncian departamentos con cinco recámaras, dos jardines, tres teléfonos, cuatro baños y hasta con recepcionista, por 5, 7 ó 15 mil pesos, en colonias como la del Valle, Coyoacán, San Angel, la Nápoles y, sin pensarlo, te vas a buscar el paraíso que te prometen".**

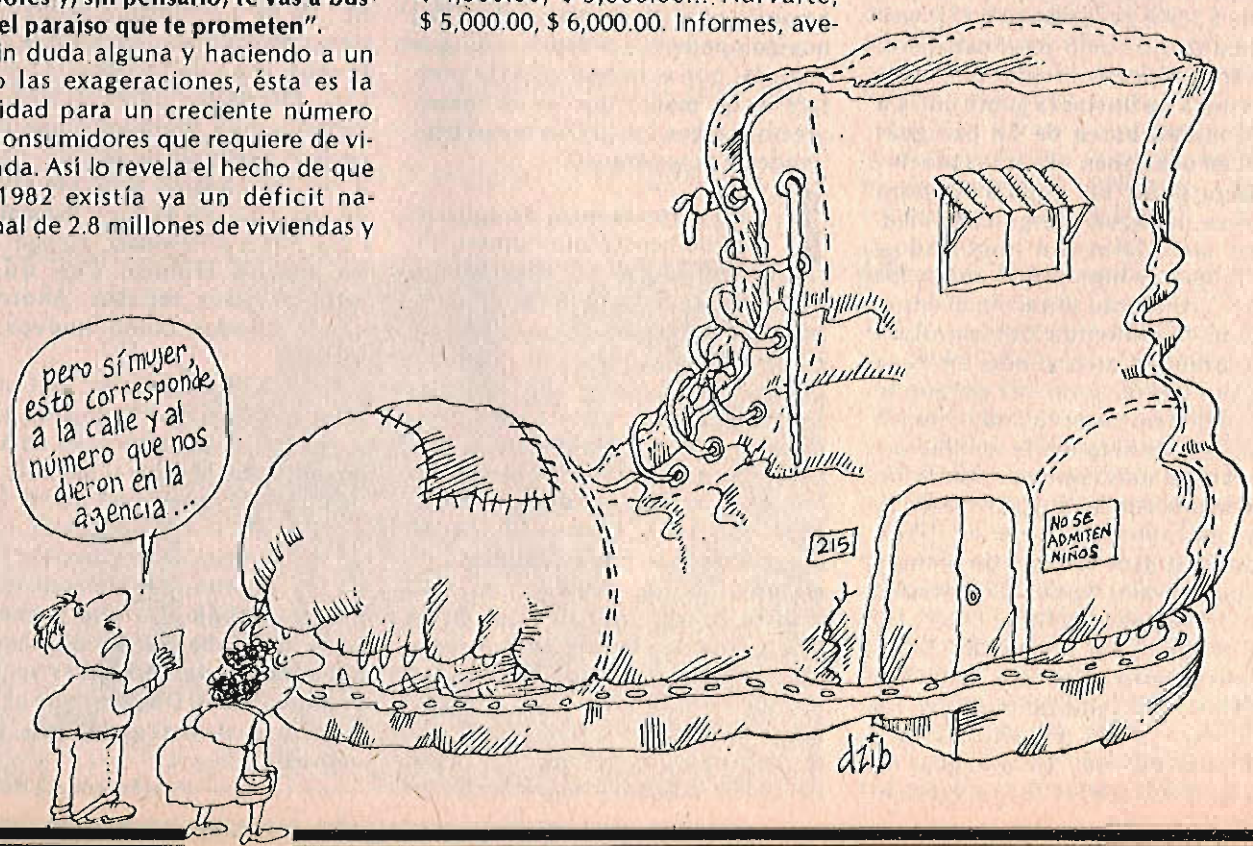
Sin duda alguna y haciendo a un lado las exageraciones, ésta es la realidad para un creciente número de consumidores que requiere de vivienda. Así lo revela el hecho de que en 1982 existía ya un déficit nacional de 2.8 millones de viviendas y algunas estimaciones suponen que, para el año 2000, este desequilibrio llegará a los 11 millones. Por otra parte, de 12 millones 250 mil unidades existentes en el país durante 1980, más de 4 millones estaban destinadas al arrendamiento, lo cual representaba un 33 por ciento del total; sin embargo, ante el crecimiento de la demanda dicho porcentaje ha disminuido año tras año (véase RC No. 78).

En estas circunstancias las agencias de **localización de departamentos** prestan sus servicios. Veamos un caso:

"Departamentos comunicadísimos, dos recámaras, tapizados, estancia, cocina, baño, azotehuela, garage...Ocupación inmediata.Tacubaya $ 4,000.00, $ 4,500.00, Mixcoac, $ 4,500.00, $ 5,000.00.... Narvarte, $ 5,000.00, $ 6,000.00. Informes, avenida Hidalgo 5-502 Metro Bellas Artes". Con estas indicaciones, dos reporteros acudieron al lugar señalado en el anuncio, uno en calidad de cliente y el otro como periodista.

Una señorita recibe al primero y mientras lee una revista le dice: **"Le voy a explicar cómo trabajamos: usted nos da $ 2,500 y nosotros le proporcionamos unas direcciones, con ellas acude a los lugares y trata de llegar a un arreglo con los propietarios; si no encuentra algo para usted, nos llama y le damos otras direcciones. Así hasta que quede usted instalado".** Sólo se distrae de su lectura cuando se le pregunta sobre las condiciones para recibir el servicio.

—Me firma un recibo por $ 2,500 y yo le proporciono las direcciones a donde deberá acudir.



—¿Y eso es todo?
—Sí.
—¿Alguna otra condición?
—No, eso es todo.

Mientras firma sobre la línea que advierte: **"Este dinero no tiene devolución"**, (véase fotografía) el "cliente" recuerda que la ley inquilinaria no fue aprobada, y helo aquí, pagando el precio. ¿Existe otro lugar como éste... donde ofrezcan un servicio similar?, pregunta a la encargada.

—No sé.
—¿Con quién tengo el gusto?
—Virginia Carrillo.

Recibimos seis direcciones: calzada de Tlalpan 735-A y 5 de Febrero 737 en la colonia Alamos; Petén 336 y San Borja 1612 en la Narvarte; y Murillo 89 y Andrea del Castagno 79-A en Mixcoac.

Apenas iniciada la búsqueda, nos percatamos de que el recibo firmado contiene, al anverso, otras seis condiciones de las cuales no se hizo mención al establecer el convenio: una de ellas menciona que el servicio consiste, exclusivamente, en **localizar** departamentos. No obstante esto, en la entrevista ante otro reportero, la misma señorita Virginia Carrillo, encargada de Inmuebles Faboro, asegura que **"cuando llega el cliente lo primero que se hace es explicar las condiciones, si acepta se le cobra el servicio y se le da la dirección; si le conviene el lugar para rentar se queda y si no se tiene que comunicar para que le demos otra dirección"**.

Por su parte, el señor Aburto sostiene que **"una vez que firmaste por obtener ese servicio 'biónico' te lanzas a buscar lo que ya perdiste de antemano: llegas a Coyoacán y no existe el número que te dieron, vas a la del Valle y el departamento no está en renta, te diriges a la Nápoles y encuentras uno que sí se renta pero en 80 mil pesos; llamas para que te den más direcciones y vuelve a ocurrir lo mismo, así hasta que te hartas"**.

Ciertamente, esta opinión la ratifica la investigación llevada a cabo. En Tlalpan 735-A, una niña de aproximadamente 12 años nos informa que **"mis papás no están, pero aquí no hay ninguna casa vacía, parece que la B era la que se rentaba pero ya la ocuparon desde hace como tres semanas"**; tocamos en la B y nadie contesta.

Nos dirigimos a la calle 5 de Febrero, cuatro cuadras hacia el noroeste, allí nos recibe doña Simona, quien habita desde hace 17 años en el vecindario, y comenta: **"Usted... usted viene de seguro de la agencia"**. Más tardamos en decir que sí cuando ella, entre risas, señala que **"no, joven, nomás le están sacando su dinero, aquí no hay ningún departamento, todos los que hay están ocupados y con renta congelada"**. Inquirimos si han venido muchos otros a preguntar y responde que **"en el último mes han venido como 100 personas, todas enviadas de la agencia que está por Bellas Artes, creo"**.

El número de consumidores que cita doña Simona parecerá exagerado, pero no lo es. **"El número de clientes que nos visita diariamente varía entre 20 y 50 y se les cobra entre 1,500 y $ 2,500 ya que los gastos en el periódico son variables"**, informa al reportero la encargada Carrillo.

Tampoco hay departamentos desocupados en Petén, San Borja, Murillo y Andrea del Castagno. Por no dejar, preguntamos acerca de ellos y éstas son las respuestas: el de Petén se ocupó 10 días antes de que firmáramos el **convenio** con la localizadora; en San Borja no hay ninguno vacío y si se rentara costaría 20 mil pesos, no 6 mil como lo anuncia la agencia, ni 8 mil como lo marca el monto de renta que deseábamos pagar y que fue registrado al firmar el convenio. En Murillo, la señora Priscila Trejo subraya que **"por el momento no hay departamentos vacíos, pero si hubiera tendría que dar cuando menos una renta adelantada de 20 mil pesos, otra igual de depósito, 2 mil de investigación y 2 mil quinientos a cuenta de luz"**, es decir $ 44,500, para empezar. Avanzamos hacia Castagno y una ancinana, muy enojada, nos dice: **"Aquí no hay nada; solamente un cuarto de servicio con su baño, y cuando el dueño lo quiera rentar lo va anunciar en el periódico, yo creo que lo va a rentar como en 13 mil pesos"**. Nos acercamos a ver el cuarto y no comprendemos cómo es posible que no se haya caído dado el mal estado en que se encuentra. Por supuesto que el cliente confía en que la agencia continuará proporcionándole las direcciones —mismas que sin duda alguna obtiene de los diarios— y probablemente muchos consumidores dejen de consultarlos para buscar departamentos por su propia cuenta.

Con una idea más clara sobre la forma en que estas "agencias" defraudan al público, llamamos a la inmobiliaria y solicitamos más direcciones; esta vez nos dan las siguientes: calle 25 No. 108, Mixcoac; Chichén Itzá No. 123, Narvarte y Zacahuitzco No. 92, en Nativitas. Resultados: en la primera no existe el número y las otras dos aparecen publicadas en el periódico (véase foto). En cuanto a las rentas, unas es de 21 mil pesos y la otra de 18 mil, respectivamente. Volvemos a llamar, nos proporcionan otras direcciones ...con los mismos resultados.

Al respecto, la encargada Carrillo afirma al reportero que **"algunos problemas a los que nos enfrentamos son, por ejemplo, que en ocasiones los interesados encuentran rentados los departamentos a los que**

Por sólo 2 mil 500 pesos, todas las direcciones que requiera.

los mandamos, pero se soluciona pues se sigue buscando hasta que los clientes quedan bien instalados; también puede ocurrir que 'subieron' la renta en el departamento que la inmobiliaria 'localizó', pero esto ya no es problema nuestro".

Ahora bien, según el Departamento de Estudios Jurídicos del INCO, son varias las normas legales que se violan cuando este servicio no se ofrece adecuadamente, como es el caso. Algunas de ellas son: los artículos 5, 8 y 9 de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Los artículos 28 y 25, fracciones VII y IX de este último, de la Ley Orgánica de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).

Por otra parte, el artículo 2615 del Código Civil sostiene: **"El que preste servicios profesionales sólo es responsable, hacia las personas a quienes sirve, por negligencia, imprudencia o dolo, sin perjuicio de las penas que merezcan en caso de delito".** Asimismo, el licenciado Guillermo A. Penagos Villar, agente investigador del Departamento C de averiguaciones previas de la 8a. Delegación, señala que de acuerdo con el artículo 386 del Código Penal **"comete el delito de fraude el que engañando a uno o aprovechándose del error en que éste se halle, se hace ilícitamente de alguna cosa o alcanza un lucro indebido".**

Con base en lo anterior el consumidor afectado tiene dos opciones: la vía administrativa o la judicial. En la primera se interpone una queja ante la SECOFI y en la segunda se presenta una demanda en un juzgado de lo civil solicitando el pago de daños y perjuicios con su correspondiente interés legal, o, en su defecto, se presenta una denuncia por fraude ante la agencia del ministerio público del D.F.

Finalmente convendría tomar muy en serio el siguiente comentario de la encargada Carrillo: **"En ocasiones, cuando el cliente ha pagado porque se localice un departamento y si ya no hay, se le regresa el 50 por ciento del pago, pero si acude a la Procuraduría Federal del Consumidor se les regresa el ciento por ciento".**

No dé vueltas para el Canje de Placas

¿Para qué...darle vueltas al asunto? ¡Efectúe su canje de placas ya! Y la mejor manera de hacerlo es teniendo todos los papeles en regla.

Durante un mes, la Coordinadora General de Protección y Vialidad (dependiente de Policía y Tránsito) ha promovido con todos los recursos y en todas las rimas posibles: "en el canje de placas... los últimos no serán los primeros". De todas maneras es sintomático: año con año, no faltará quien se pase del límite establecido para cambiar las dichosas placas de metal.

Les recordamos que los documentos requeridos son:

— Factura, Carta Factura o Carta de institución de Crédito y fotocopia.

— Tarjetón del Registro Federal de Vehículos y fotocopia.

— Comprobantes del Pago de Tenencia (1983-1984). De acuerdo a lo estipulado por la ley, una tenencia no pagada a tiempo provoca una multa del 5.25% por mes, acumulativa. Es decir que al final del año, usted tendrá que haber pagado casi el doble por recargos.

— Identificación del canjeante. En el centro 5, Delegación Benito Juárez, se exige además una fotocopia de la licencia de conductor para efectuar el trámite.

— Comprobante de domicilio y fotocopia del mismo. Puede usted presentar la boleta predial, el recibo de luz, de teléfono, o cualquier otro documento que verifique el que usted efectivamente habita en el domicilio declarado.

— Identificación del propietario del automóvil, o carta poder (esto en el caso de que la persona que efectúe el trámite no sea el propietario).

— Placas anteriores y tarjeta de circulación (fotocopia de ésta última).

— Pago de derecho de canje. Para automóviles y remolques, el monto es de 3 mil 700 pesos. Por camiones y omnibús se paga 8 mil pesos. Todos los pagos para liquidación de tenencias atrasadas deberán efectuarse en bancos o en la Tesorería. **No se podrá efectuar ningún pago en los centros de canje de placas.**

Para remolques, los documentos son los mismos que los de automóviles. Para camiones, se debe presentar además el comprobante de la última revista. En el caso de omnibuses, junto con la última revisión, es preciso presentar el Seguro de Responsabilidad Civil sobre Transportes de Pasajeros.

En cuanto a los centros de canje, pareciera haberse originado cierta confusión respecto a las direcciones de los mismos.

a) Centro 1: Delegación Gustavo A. Madero (Cerrada de los 100 Metros, y Poniente, entre Avenida Vallejo y Avenida de los 100 Metros atrás del onceavo batallón). De la caseta 1 a la 15 se canjearán las placas de la 100 AAA a la 999 APA.

b) Centro 2: Delegación Gustavo A. Madero (San Juan de Aragón, Deportivo los Galeana, Area del estacionamiento frente a la puerta principal de acceso al deportivo, sobre la Avenida José Loreto Favela). De la caseta 16 a la 30 se canjearán las placas de la 100 APB a la 999 BDB.

c) Centro 3: Delegación Venustiano Carranza (Fernando Iglesias y

Calderón, entre las calles Luis de la Rosa y el Eje 3 sur; Puerta No. 2 de la Ciudad Deportiva Infantil frente al Estadio de Beisbol). De la caseta 31 a la 45 se canjearán las placas de la 100 BDC a la 999 BTW.

d) Centro 4: Delegación Tlalpan (esquina Acoxpa y Canal de Miramontes). De la caseta 46 a la 60 se canjearán las placas de la 100 BTX a la 999 CMM.

e) Centro 5: Delegación Benito Juárez (Alberca Olímpica área del estacionamiento, División del Norte, lateral a Río Churubusco). De la caseta 61 a la 73 se canjearán las placas de la 100 CMN a la 999 DDZ. En la caseta 74 el canje de placas a motocicletas de la 00001 a la 40000.

f) Centro 6: Delegación Iztapalapa (calle de Culturas Prehispánicas, Gualaquila y Lateral de Río Churubusco). De la caseta 76 a la 85 se canjearán las placas de la 1000 AA a la 9999 AZ para camiones particulares. De la caseta 86 a la 88 se canjearán las placas de los camiones materialistas de la placa 250001 a la 253700; y las placas de omnibuses particulares de la 1-AAA a la 9-BWZ, así como las placas de remolques de la 100AA a la 999AK. En la caseta 90 canje para camiones de carga de la 200 001 a la 209 500; para omnibuses urbanos de pasajeros, de la 100 001 a la 110 500; finalmente —por si usted tiene una—, canoas de la 0001 a la 2001.

Por acuerdo del general M. Ramón Mota Sánchez, director general de Policía y Tránsito, durante el periodo de canje de placas bienio 84/85 (de enero 16 a abril 16), a fin de facilitar al público el canje, no se realizará la inspeccion de vehículos, por lo tanto no se pagarán los derechos correspondientes.

Por último, le aconsejamos consulte las listas para pagos de tenencia, pues las cuotas pueden variar "significativamente" desde los 500 pesos hasta los 600 mil.

Para mayores informes comuníquese al teléfono 5885100. Y recuerde que el último día es el sábado 14 de abril.

[J.A.G.]

Educación para el consumo

Ante la reducción del poder adquisitivo y la carestía de la vida, existe un paliativo: la educación del consumidor para que éste mejore sus hábitos de consumo, racionalice sus compras, conozca los derechos que otorga la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y evite caer en la marea publicitaria.

Y aunque ésa es una tarea en la que participa todo el Instituto Nacional del Consumidor, hay un área que se aboca específicamente a esa labor: el Departamento de Educación para el Consumo.

Gabriela Martínez, jefa de esa oficina, señala: **"es muy importante lo que realizamos, pues en los tiempos que vivimos es menester que el consumidor conozca sus derechos, compre únicamente lo necesario, sepa cómo alimentarse mejor, en fin, que realmente sea un consumidor consciente".**

Agrega que son tres las actividades principales que desarrolla el Departamento de Educación para el Consumo: la impartición de cursos de capacitación, la utilización de módulos de información y el apoyo a las campañas anticonsumistas que realiza el INCO.

Los cursos de capacitación se ofrecen cuando se reúne un grupo de consumidores y son cuatro los aspectos que se tratan: nutrición, publicidad, legislación y gasto familiar.

"El curso dura tres días, de las 9 a las 13 horas. El primer día se informa sobre las funciones y objetivos del INCO y de la Procuraduría Federal del Consumidor y la diferencia entre ambas instituciones. El segundo día se orienta a los consumidores respecto de los derechos que les otorga la LFPC y se da una introducción de cómo defenderse de la publicidad. Durante el tercer día se concluye el tema que se refiere al aparato publicitario y se habla sobre la importancia de distribuir eficazmente el gasto familiar y de qué manera se puede mejorar la calidad nutritiva de los alimentos", apunta Gabriela Martínez.

La Jefa del Departamento de Educación para el Consumo puntualiza: **"es necesario subrayar el tema de la publicidad, pues los consumidores siempre estamos expuestos a caer en las proposiciones de los publicistas y compramos los objetos que nos sugieren, sin ponernos a pensar en la merma que sufre el presupuesto hogareño".**

Obviamente que en el curso de capacitación se remarcan los servicios que brinda el INCO a los consumidores: información de precios, orientación y asesoría, y recepción de quejas.

Por otro lado, los consumidores tienen amplia participación en los cursos de capacitación, pues el promotor alienta la dinámica de grupo con el fin de que todos participen y realmente se desarrollen temas de interés y de beneficio para los asistentes.

Asimismo, para conocer la eficacia del curso, al inicio de éste se aplica a los consumidores un cuestionario y al finalizar nuevamente se les evalúa: **"así podemos saber cuánto aprendieron y si nuestro trabajo fue bueno"**, comenta Gabriela Martínez.

Para que los consumidores puedan recibir el curso de capacitación del INCO, basta con que las autoridades de los centros de trabajo —sean oficinas del gobierno o del sector privado— soliciten información al Departamento de Educación para el Consumo. Y añade Gabriela Martínez: **"en ocasiones nosotros mismos vamos a algunas**

Grupos de consumidores reciben capacitación.

dependencias y les platicamos los beneficios del curso y lo provechoso que sería si los empleados lo tomaran".

Una aclaración: los promotores del INCO trabajan todos los días de la semana —sí, inclusive sábado y domingo— y se desplazan a cualquier punto del DF donde se requiera impartir un curso de capacitación.

"Quiero subrayar que con los cursos de capacitación logramos llegar a mucha gente. ¿Por qué? Porque las personas que asisten reciben en tres días una buena información que a su vez trasmiten a gente cercana a ellos. Creo, además, que los cursos son mejores que las simples conferencias, pues en éstas, en unas dos horas, damos unas cuantas orientaciones y allí termina todo. Por eso considero que nuestro actual sistema es válido y esperamos resultados que sean satisfactorios", apunta la entusiasta Gabriela Martínez.

Y la labor del Departamento de Educación para el Consumo no termina allí, sino que también se trabaja en la capacitación de personas que puedan, a su vez, proporcionar orientaciones a otros grupos de consumidores.

La jefa de área del INCO puntualiza: **"en colaboración con la PFC, con la Secofi y el DDF vamos a trabajar con un grupo de consumidores, al que daremos todos los elementos para que estén en posibilidades de orientar a sus conciudadanos. Este programa me parece increíble".**

Con el fin de reforzar aún más la tarea de capacitación, Gabriela Martínez tiene un proyecto: **"llevar la capacitación a través de los módulos de información. Por ejemplo, hablaríamos con las autoridades de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, del CREA, y de otras dependencias que tengan módulos de información, para que nos permitan capacitar al personal que se encuentra en esos módulos, les entregaríamos, además, material impreso y así, esas personas se convertirían también en promotores de nuestros propósitos".**

Respecto de las campañas anticonsumistas, el Departamento de Educación para el Consumo las realiza con base en el material que le proporciona el Departamento Editorial del INCO.

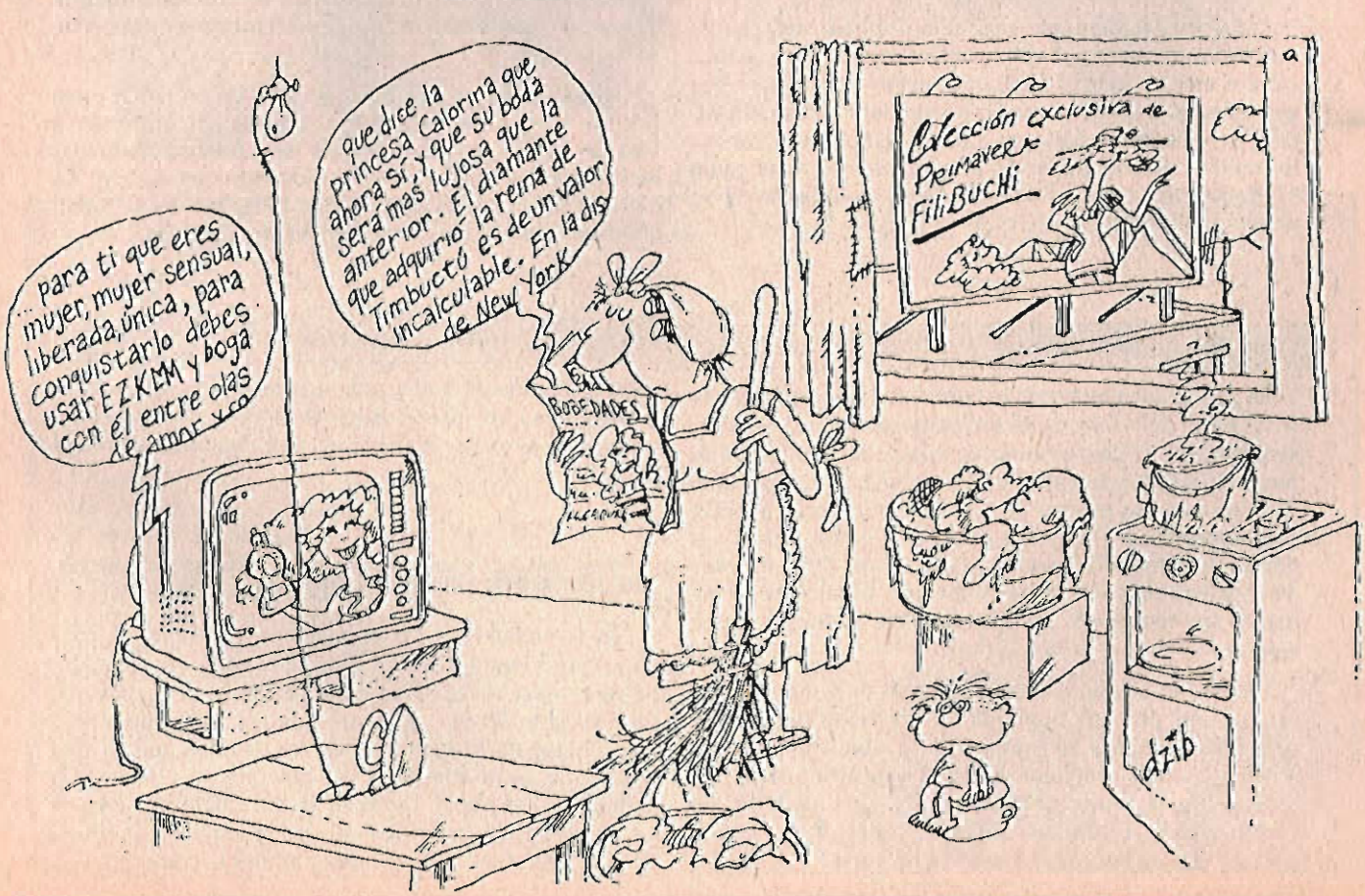
Las palabras de Gabriela Martínez revelan la importancia de que los consumidores se eduquen para realizar un mejor consumo. Y a pesar de que algunos piensan que es un esfuerzo infructuoso debido a los tiempos que vivimos, es de creer que un consumidor educado ayudará a resolver, en parte, los problemas diarios que enfrenta el gasto familiar.

Si usted desea más información, puede llamar al Departamento de Educación para el Consumo del INCO, teléfono 559-73-77 extensiones 184 y 185. Aprovechemos esta oportunidad para ser mejores consumidores.

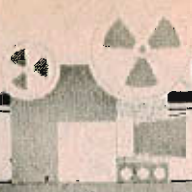
[A.S. y J.V.]

Cómo trata la publicidad a la mujer: ellas opinan

La lucha de las mujeres por transformar sus condiciones de vida y alcanzar su liberación, es un hecho que adquiere día con día una mayor fuerza dentro de nuestra sociedad. No sin razón, el pueblo chino ha sostenido que "las mujeres llevan sobre sus espaldas la mitad del cielo y deben conquistarla". En ese sentido, la publicidad, saturada de imágenes que denigran a la mujer, actúa como una caja de resonancia que la incita al consumo. A este respecto ellas tienen la palabra:



REVISTA DEL CONSUMIDOR 85 / MARZO 1984



Elena Urrutia, coordinadora del Programa Interdisciplinario de Estudios de la Mujer del Colegio de México

"Yo creo que la publicidad es el factor más decisivo para inducir a la mujer al consumismo, para hacerla desear y adquirir productos que no le hacen falta; al estar siendo bombardeada mañana, tarde y noche y de manera estudiada, en ocasiones de forma sutil y en otras no, a la mujer le imponen modelos que quisiera alcanzar; me parece, por tanto, que sí es una lucha feroz por parte de los anunciantes, de parte de los productores para despertar necesidades de consumo superfluo. Además porque, por ejemplo, la leche no se anuncia... se compra si se tiene dinero y si se tiene la suerte de encontrarla, igual ocurre con el arroz.

"Por otro lado está el uso que se hace de la mujer objeto. En este sentido, me llama la atención un anuncio de refresco en botella desechable y que dice: 'tómala y déjala'; se utiliza a una mujer para lanzar un mensaje subliminal y que no tiene otro fin que decir que lo mismo se puede hacer con el envase que con la mujer o con la mujer lo mismo que con la botella, una vez que se ha bebido el líquido.

"De la misma forma, los anuncios están encaminados a reforzar el papel tradicional de la mujer como ama de casa y esposa, mas no como una persona que participe activamente en la vida económica, política y social del país.

"Ante esta lamentable situación, lo ideal sería disminuir todos los anuncios que invaden el espacio de recreación, e incluso aprendizaje, que tienen las mujeres que ven televisión, escuchan radio o leen determinadas revistas... pero es difícil sin lugar a dudas. La otra opción son los medios de comunicación alternativos, como el canal 11, Radio Educación y Radio UNAM, y muchos otros que debemos impulsar."

Elena Poniatowska, escritora

Se puede decir que toda la publicidad se dirige a la mujer. A partir de los mensajes publicitarios que se le envían, se promueve el consumismo en ella y, de esta forma, se pretende sustituir su capacidad creativa por su capacidad de consumo. Los efectos de esta situación llegan a todos, pero sobre todo a la mujer, pues se le limita a patrones donde es humillada y explotada. Por otro lado, muchos de esos patrones son norteamericanos y nosotras no llenamos los requisitos: ser güeras, altas y delgadas, por ejemplo.

Existen, no obstante, diversas formas de oponerse a esta situación: primero, buscando que la mujer tenga acceso a fuentes dignas de trabajo y a la educación. Asimismo, generando conciencia social y política de la situación de la mujer entre la población; segundo, no comprando; y tercero, participar en contra de las fechas consumistas en las que se explota a la mujer."

Isabel Espíndola, ama de casa y empleada federal

"Son muy pocos los anuncios que muestran a la mujer desempeñando otro tipo de actividades, pues casi siempre salen trapeando, lavando. Como que nos han asignado un deshonroso último lugar. Si yo pudiera hacer estos comerciales, pondría hombres."

Tununa Mercado, periodista e integrante de la dirección colectiva de la revista Fem

"Las panaceas contra el paso del tiempo —tipo 'cosmética milagrosa'—, los recursos para una seducción eficaz —tipo el **look** que usted necesita para atraer a los hombres—, los bienes que uno 'se merece' (estatus, belleza, comodidad, satisfacciones) son algunos de los motivos directos que por alienación, pobreza psicológica y por un mundo imaginario mal dirigido, pueden atraer a ciertas mujeres incautas. Pero hay otros que la 'inteligencia' de los aparatos comerciales ha hecho suyos: aquellos motivos que exaltan la autosuficiencia, la libertad, la autonomía, que son atributos femeninos pero que dejan de serlo cuando sirven a otros fines.

"Ahora bien, no se trata de sostener una postura anticonsumista sino que, por el contrario, todo el mundo debe consumir en el sentido de satisfacer sus necesidades básicas. Pero lo que a la publicidad le interesa conseguir es que sólo consuman mucho, e inútilmente, pocas personas.

"Hay tácticas con las cuales se podrían enfrentar estos hechos: hace poco, durante la semana en contra de la violencia hacia la mujer, grupos de feministas peruanas recorrieron las calles de Lima colocando cintas sobre los carteles publicitarios que utilizan imágenes de la mujer como símbolo sexual para promover mercancías."

Dolores Luna Jaime, ama de casa

"Me disgusta el anuncio de toallas sanitarias, porque 'eso' es algo muy íntimo. Además como que dejan entrever algo de sexo, por ejemplo cuando le echan la tinta al kotex."

Lilia Hernández, intendente, 24 años

"Yo sí me guío por los anuncios para comprar algunas cosas; por ejemplo, en los champúes que anuncian, me gustaría tener la cabellera igual que las muchachas que salen en la televisión... hay otros anuncios que me molestan, como el de 'maestro limpio', me da rabia que pongan a la mujer como mensa, a ver por qué no ponen a un hombre en ese papel. Deberíamos mandarle una carta a los que hacen los anuncios: que no la amuelen, la mujer no es mensa. Y si no hacen caso, pararles la compra."

Origen del Día Internacional de la Mujer

[Andrea Fernández]

A partir de la Revolución Francesa los movimientos encabezados por las mujeres cobran fuerza e intentan reinvindicar la igualdad de la mujer en relación a los mismos derechos y obligaciones del hombre.

El objetivo consiste en trabajar en la construcción de una sociedad nueva, más justa para todos los trabajadores, hombres y mujeres. Pero hagamos un poco de historia.

A principios de este siglo, la mujer logró su primer derecho: participar en las elecciones.

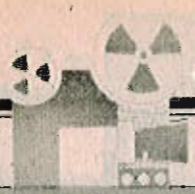
Sin embargo, ninguna de las facciones políticas que utilizaban el voto de la mujer luchaba por cambiar las estructuras de marginación social femenina.

El 8 de marzo de 1908,en la populosa ciudad de Nueva York, un grupo de 130 obreras de una fábrica textil se declaró en huelga exigiendo mejoras salariales y una jornada de trabajo de menos de 10 horas diarias. Las trabajadoras tomaron la textilera, siendo apoyadas por organizaciones políticas y sindicales de la ciudad. Fueron amenazadas por la policía y el dueño de la fábrica, y advertidas de un posible ataque si no abandonaban su posición y volvían a sus labores. El empresario ordenó que prendieran fuego a las instalaciones fabriles y junto con éstas murieron las 130 trabajadoras.

En 1919, una luchadora del movimiento obrero alemán e internacional, Clara Setkin, propuso en la Conferencia Internacional de Obreras que se recordara siempre el 8 de marzo como un día que simbolizara la lucha de las mujeres trabajadoras. La propuesta fue aprobada y en todo el mundo se instituyó esa fecha como el Día Internacional de la Mujer.

Sin embargo, durante mucho tiempo este hecho histórico se olvidó hasta que a principios de los años 70, con el resurgimiento del movimiento feminista tanto en Europa como en algunos países desarrollados, se retoma la causa de las primeras mujeres luchadoras y se acuerda realizar actos, marchas y manifiestos en apoyo a la lucha contra la desigualdad y la marginación.

Este 8 de marzo, mujeres de todo el mundo apoyarán una causa de la humanidad entera: la lucha por la paz. En el Día Internacional de la Mujer se firmará y entregará en Ginebra el Tratado por la Paz, firmado por personas de todo el mundo que se oponen a la guerra y a la destrucción.



Bertha Hiriart y Sonia Riquer, integrantes del programa de radio "La causa de las mujeres"

"La publicidad representa a la mujer como un ser que debe procurar placer en todos los sentidos; ha de ser bella, atractiva y servicial, al mismo tiempo que es ama de casa y amante. Muy ligado a esto, se difunde una forma de vivir que se presenta como muy gratificante. Por ejemplo, la casa, el coche y la familia que rodean a una mujer al usar un tipo de sartén hacen —por sí mismos, según el anuncio— que ésta sea adorable, afectuosa. Pero sabemos que la mayoría de las mujeres mexicanas no tienen ni pueden tener esos productos... a duras penas logran satisfacer sus necesidades básicas. Con el anuncio señalado es como si de repente se fuera a tener un estatus socioeconómico similar e igual condición afectiva; sin embargo, eso solamente sirve para incrementar las ganancias de las grandes empresas. Y cabe subrayar lo incongruente que, con la crisis, con la imposibilidad de comprar, se vea en la televisión y en los grandes centros comerciales todo un cúmulo de productos aparentemente accesibles pero realmente inalcanzables para la mayoría de la población.

"¿Qué perspectivas puede haber ante todo esto? Sin duda, todo esfuerzo por reflexionar acerca de qué es la publicidad, qué clase de vida nos ofrece, es de utilidad, pero además deben desarrollarse otras acciones: formar organizaciones que, entre otras cosas, puedan protestar ante ciertos anuncios; boicotear aquellos productos que se anuncian denigrando a la mujer; y participar activamente en la vida económica, política y social de nuestro país."

Santa Sordo Vázquez, 26 años, obrera

"Pienso que la publicidad se hace para tratar de dar a conocer las mercancías, llamar nuestra atención y, finalmente, comprarlas. Pero en mi caso ya no influye tanto porque compro sólo lo que necesito, además de que el dinero ya casi no alcanza. De todas formas, algunas obreras ahorran y compran perfumes, vestidos y otras cosas, pero yo pienso que están mal orientadas y por eso lo hacen, se dejan llevar mucho por lo que ven en la 'tele' y oyen en la radio. Yo creo que debemos criticar que esas empresas en vez de ofrecer leche, carne, huevos, pan o tortillas, nomás ofrecen artículos que les dejan ganancias a ellos y hambre al pueblo."

Teresa Hernández Tostado, ama de casa

"Lo único verdadero de los anuncios es que hacemos los quehaceres de la casa y procuramos arreglarnos, pero que un tipo de jabón desmanche o lave la ropa y otro nos ponga el cutis de porcelana eso sí no lo creo, porque lo he comprobado."

"Noticia de última hora..."

Conocida es la importancia de la radio en nuestro país, pues para muchas personas es el único contacto con el resto de sus coterráneos. De ahí la necesidad de que ese medio sea realmente utilizado para informar con veracidad.

Sin embargo, para nadie es un secreto que una gran parte de los noticiarios son, en realidad, "extensos comerciales" a los que se les incorpora una serie de notas informativas.

Pero el colmo es lo realizado por la dirección de los noticiosos del Nucleo Radio Mil, pues a poco de iniciar la trasmisión de la información, la lectora de noticias exclama: "noticia de última hora...". Y el alerta radioescucha trata de acertar ¿acaso se declaró la paz en el Medio Oriente? ¿Habrá muerto algún presidente latinoamericano? ¿Habrá ganado la selección de futbol? ¡Oh, decepción! La voz de la locutora inmediatamente apunta: "Comercial Mexicana baja sus precios", y se refiere a una serie de ofertas que ese día realizará dicho establecimiento.

Y si ya de por sí el alud de comerciales deforma la información, haciéndole perder profundidad y significado, **"el hecho de convertir a los comerciales en notas informativas, es desvirtuar aún más el estado acutal de los servicios informativos al público"**, señala Juan Jacob, integrante del equipo de noticiarios de Radio UNAM.

Agrega: **"Yo considero esto como una actitud totalmente irresponsable, falta de ética y de profesionalismo; no hay diferenciación entre lo que es un comercial y lo que es una nota informativa".**

Ojalá los directivos de Radio Mil y los publicistas de Comercial Mexicana reconsideren. Estamos seguros que los radioescuchas, deseosos de estar informados, se los agradecerán.

Jóvenes vs. publicidad

Armando Rivera es uno de los 19.4 millones de jóvenes registrados en el X Censo General de Población y Vivienda de 1980 que diariamente, como muchos de ellos, recibe el impacto publicitario.

Es un hombre joven, estudiante universitario y desempleado; afirma sentirse frustado: **"No tenemos 'personalidad' propia, nuestro ser está condicionado por todo lo que nos rodea, todo nos quieren imponer, y la publicidad no es la excepción".**

El psicólogo Benjamín Domínguez de la UNAM afirma: **"No se trata de satanizar a la publicidad, sino de cuestionarla en sus aspectos negativos y corregirla estrictamente; porque en muchos casos se atenta contra la salud física y mental de la población y principalmente, de la niñez y la juventud".**

Agrega que el joven, al no poder alcanzar lo que la publicidad le ofrece, sufre un desencanto que lo hace reaccionar de manera agresiva y de resentimiento a su medio, además puede provocarle una desviación incluso a nivel patológico.

Si bien no se trata de satanizar a la publicidad, es necesario remarcar que no es casual que en 1982, según datos de la Agencia de Corresponsales Americanos, tan sólo en la televisión del D.F. los anuncios publicitarios hayan tenido un gasto total de más de 31 mil millones de pesos.

Es por demás preocupante que, mientras el Grupo Alcohólicos Anónimos invirtió en ese mismo año 97.9 millones en publicidad antialcohólica, las productoras de bebidas embriagantes erogaron en el mes de marzo, período en el que menos gastaron, 107.7 millones de pesos en promover el consumo de alcohol.

El joven sólo pide, "déjenos ser, no queremos que nos impongan modelos".

Tampoco es casual que la publicidad tenga como uno de sus principales objetivos a los jóvenes y que se aproveche de ellos para anunciar sus marcas. Recordemos, por citar alguno, los "valores Juveniles Bacardí"

En opinión de Andrés Castellanos, coordinador del Consejo Popular Juvenil (CPJ), **"no sólo la publicidad sino un alto porcentaje del contenido de los medios de comunicación determinan en gran medida nuestro comportamiento y sólo sirven para controlar, en lugar de informar y educar".**

Complementando esta opinión, Manuel del Angel Rocha, también coordinador del CPJ, expresa que la publicidad y los medios no informan sino adaptan y tratan de estandarizar a la juventud sin considerar sus verdaderas necesidades. **Ejemplifica: "Los personajes de las series cómicas de la televisión se nos presentan como sinónimos de salvación de la sociedad, auxiliados por Menudo, Parchís o Timbiriche y no son más que modelos con los que nos imponen patrones de conducta".**

En este sentido Benjamín Domínguez afirma que la influencia de la publicidad es innegable: principalmente de la que se trasmite por televisión, dada su gran cobertura. "En los sectores sensibles (niños y jóvenes) hasta 'arranca' la educación tradicionalmente impartida por la familia y la escuela".

Lo grave de la imposición de modelos por parte de la publicidad —según el psicólogo social Francisco Castro— es que a los jóvenes les resulta difícil satisfacerlos y la frustración puede desembocar en agresividad o pautas de comportamiento autodestructivo como la farmacodependencia o el alcoholismo.

"Si vemos televisión —dice Andrés Castellanos— los programas trasmitidos son violentos como los del canal 5, o idiotizantes como los del 2; sin embargo, 'eso no es delito', pero nuestra conducta y actividad, generada en alguna medida por los modelos que nos presentan, es severamente castigada".

REVISTA DEL CONSUMIDOR 85 / MARZO 1984

NOMBRE:
Selecciones del Reader's Digest
DIRECCION:
Av. Lomas de Sotelo No. 1102
Col. Loma Hermosa,
C.P. 11200 México, D.F.

Agravio: Daños y perjuicios ocasionados por la entrega de un producto defectuoso.

Testimonio: *El pasado 4 de julio de 1983 adquirí a plazos, de la compañía* Selecciones del Reader's Digest *un Atlas de la Biblia. El ejemplar que envió dicha empresa presenta dobladuras y perforaciones en varias de sus páginas. De inmediato pedí que se me cambiara y la respuesta por escrito fue que lo devolviera por correo, pero hacían hincapié en que los gastos por concepto de manejo y envío del material defectuoso, correrían por cuenta del afectado. ¿Es justo o razonable que el cliente tenga que pagar los descuidos del proveedor? Selecciones del Reader's Digest ha hecho caso omiso de mis reiteradas reclamaciones (siete cartas).*
Juan González Hernández

Sentencia: Con la documentación que acredita haber realizado la operación y la respuesta escrita de la empresa a su solicitud de reparación de la mercancía, acuda a exponer su inconformidad ante la Procuraduría Federal del Consumidor, sita en Dr. Carmona y Valle No. 5 de esta ciudad, a fin de que ese organismo requiera a la empresa proveedora el cumplimiento de sus obligaciones.

NOMBRE: Teatro de los Insurgentes
DIRECCION: Insurgentes Sur No. 1587
AGRAVIO: Reventa de Boletos

Testimonio: *"Estamos rodeados de revendedores que con la mayor desfachatez operan alrededor del teatro ofreciendo los mejores lugares hasta en un ciento por ciento más alto que en taquilla, y cuando el público nos solicita boletos sólo podemos ofrecerle asientos en las últimas filas. Hemos llamado a la patrulla, pero ésta nada puede hacer pues estos individuos andan amparados. Ni* **Boletrónico,** *ni la* **Oficina de Reglamentos del D.D.F.** *han hecho algo por controlar la situación. En este teatro, el problema se agudiza dada la calidad de la obra y sus actores; sin embargo, existe el mismo problema en todos los espectáculos de la capital", comenta indignado el taquillero del* Teatro de los Insurgentes, *quien nos solicita, por razones personales, no mencionar su nombre.*

Sentencia: Absuelto

Se le recomienda una alta dosis de paciencia para controlar su justa indignación.

Marzo

¿Va usted a celebrar el "Día de los compadres"? Pues hágalo bien. Piense que el compadrazgo obliga todo el año y que la fecha de celebración comprende sólo un día en el que más corremos el riesgo de manifestarnos como consumidores que como verdaderos compadres.

No se deje llevar por la fiebre del consumo y dirija más sus esfuerzos a estrechar este vínculo personal hoy y todo el año.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

EN TELA DE JUICIO

Sepan cuantos...

¿Qué pasa con los "profesionales" de la publicidad de México? ¿Será que no pueden elaborar una publicidad más inteligente, o es que Pond's carèce de cuadros directivos que exijan un mensaje más creativo y menos discriminatorio?

El comercial de "arruguitas prematuras" aquél de la infeliz chica con **patas de gallo,** burdamente dibujadas, a la que el marido reclama el atreverse a envejecer, es deshonesto y sexista.

Sepan señores de Pond's que ni la mujer es un objeto decorativo; ni Pond's quita las arrugas; ni éstas son vergonzosas, sino que la experiencia vital puede —en muchas ocasiones— generar más interés que un mero cutis terso.

Sería muy conveniente que las consumidoras se abstuvieran de comprar éste y todos aquellos productos cuya publicidad las denigre gratuitamente.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

el brinco

Suplemento de la Revista del Consumidor No. 85 Coordinadora: Lila Pastoriza

No. 27
marzo 84

Comparamos las historietas y...

¿Sabes cómo ahorrar petróleo?

El Día Internacional de la Mujer

Tambores y más tambores

Tambores y más tam

Estamos tan acostumbrados a que todo lo compramos en las tiendas que el otro día me pasó algo curioso. Le pregunté a Pepino: **¿Cómo te imaginas que el hombre primitivo inventó el primer tambor?** y Pepino me contestó con una gran sencillez: **"Tío, el hombre primitivo no tuvo que molestarse en inventar ningún tambor, simplemente fue a la tienda de instrumentos de música y compró uno".** Me dio mucha risa su respuesta; porque, en primer lugar, no había tiendas ni de música ni de nada en la prehistoria y, si las hubiera habido, ¿Quién habría inventado los tambores que se venderían en esas tiendas?

Así que mejor nos pusimos a imaginar y a buscar datos sobre quién inventó el primer tambor y cómo fue esto ¡qué maravillas descubrimos! El hombre de la prehistoria tenía su oído muy desarrollado y ¡qué bueno! porque así se podía defender de los ataques de los animales y también, por medio del ruido, encontrar a los que le servían de alimento. Descubrió que si colocaba una viga de madera o un tronco sobre un foso a manera de puente para poder pasar, el hecho de pisar esta viga o de golpearla producía una resonancia profunda que impresionaba a su oído, pero que además era escuchada por otros hombres a gran distancia. Entonces probó otros experimentos, como ahuecar troncos y ponerles una piedra o una piel encima; o bien, cubrir con piel alguna piedra ahuecada. Y así nacieron los primeros tambores ¡lástima que no quedó ninguno de ellos! Pero sí sabemos, por ejemplo, que en el antiguo Egipto los hacían de madera, de barro cocido y de piel.

El tambor se ha usado con diversos fines: en un principio el hombre imitaba ruidos de la naturaleza y también hacía señales para comunicarse con otros hombres como en algunas aldeas de Africa en las que se acostumbra dar las buenas noches con golpes de tambor. Después se usó para dar ritmo a la música de las fiestas y ceremonias religiosas.

Si quieres fabricar un sencillo tambor solamente necesitas un bote redondo sin fondo o sin tapa (ten cuidado con los bordes, dóblalos si tienen filo), una liga gruesa y un trozo de cuero.

Marca sobre el cuero la boca del bote, y sobre éste círculo haz otro 7 cm. más grande. Recorta el cuero en el círculo mayor, ahora pónlo sobre la boca del bote restíralo bien y sujétalo con la liga. Para que el cuero restire mejor, acércalo a un foco o una vela encendida por unos minutos o pónlo un rato al sol.

bores

(Por tío Pepe y tía Lucha)

Ha habido tambores en todo el mundo, pero sobre todo en Africa.

En los siglos XII y XIII en Europa ya había tambores cubiertos de piel por ambos lados y, como en algunas tribus de indios de América, se usaban junto con instrumentos de viento.

Actualmente se usan varios tambores: bombos, tarolas, tam-tams; con otros instrumentos de percusión forman la batería moderna, que es la base rítmica de la orquesta de baile.

Los timbales son muy usados en la orquesta sinfónica; los bongós —que son como timbales pequeños— y las tumbas o congas se utilizan en la música tropical.

Los tambores se tocan con las manos o bien con unos palitos de punta redondeada llamados baquetas.

Un saludo del jitomate

Soy el tomate rojo, una fruta cuyo nombre (del náhuatl "xicli", o sea ombligo, y "tomatl", tomate) uno asocia siempre con la frescura. Y es que tengo mucha agua —el 95 por ciento de mi contenido— para saciar la sed cuando el calor se hace sentir.

Aunque totalmente americano, he tenido una aceptación universal. ¿Quién no me ha visto coloreando cien variedades de ensaladas o en las salsas de "pizzas" y "spaghettis"? Sin embargo, existen pocos sitios donde me quieran tanto como en México. Estoy en las sopas, las tortas, los guisados... estoy casi en todas partes.

Yo quiero que tú sepas que mi riqueza es especialmente para ti. ¿Sabes qué es lo que ofrezco? Pues, muchísimo calcio, para que crezcas fuerte, con huesos y dientes sanos. Y no sólo eso: soy un potentado en vitaminas A y C, que previenen males en la vista, hemorragias, dolores de cabeza y muchas de las enfermedades infecciosas.

Desde muy pequeño —el primer mes de vida— puedes comenzar a gozar de mi sabor y mis virtudes. Es mejor consumirme crudo, como fruta fresca, ya que con la cocción pierdo alguna cantidad de vitaminas. Pero, eso sí: lávame al chorro de agua sin contemplación alguna. A veces traigo residuos de insecticidas o en mi camino, desde la mata hasta tu mesa, mi piel se ha cubierto de polvo e impurezas.

Bien lavado, fresco y reluciente, ya estoy listo para tí. Si me llevas a la escuela, como refrigerio, tu organismo y yo te lo agradeceremos.

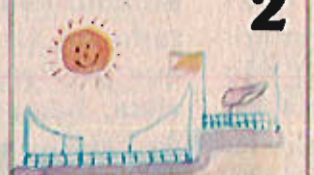
Mientras juegas, entérate cómo ahorrar petróleo

Mauricius

1

El petróleo es tan valioso que hasta lo llaman **oro negro.** Debemos cuidarlo.

2



Es muy importante para la economía nacional. Muchos países nos compran petróleo.

3

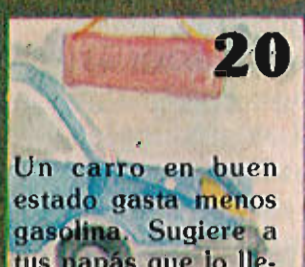
4

Infinidad de cosas que usamos diariamente son productos derivados del petróleo.

5

Antes de llegar a la gasolinería, el petróleo pasa por diversos procesos de transformación. Ve hasta el cuadro 9.

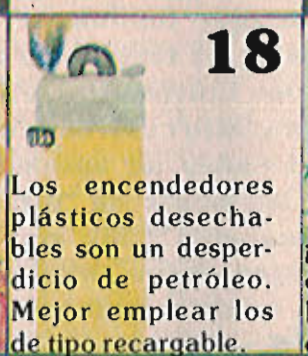
20



Un carro en buen estado gasta menos gasolina. Sugiere a tus papás que lo lleven periódicamente al taller. Pasá al cuadro 16.

19

18



Los encendedores plásticos desechables son un desperdicio de petróleo. Mejor emplear los de tipo recargable.

15

¡Dejaste hirviendo el agua durante una hora! Regresa al cuadro 14.

16

21

22

El teléfono también está hecho con derivados del petróleo.

23

Dile a papá que si corre mucho, el coche gasta mucha más gasolina. Pierde un turno.

24

¡Fuga de gas! Llama al plomero retornando al cuadro 21.

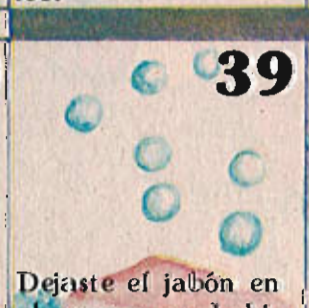
25

Ponte de acuerdo con los compañeritos de la colonia para ir al colegio en el carro de un sólo papá. Ve al cuadro 27.

40

Ya ganaste... ¡Y cuidando el petróleo ganamos todos!

39



Dejaste el jabón en el agua y se deshizo. Regresa al cuadro. 30.

38

Piensa en cuántas cosas más provienen del petróleo.

37

Parchaste tu pelota ponchada en lugar de tirarla a la basura. Bien hecho. Avanza 3 cuadros.

36

¿Maltratando el disco? Regresa al cuadro 33.

Este juego está a tono con las fechas, ya que el 18 de marzo se cumple un nuevo aniversario de la expropiación petrolera. Mientras te diviertes con sus 40 cuadritos podrás aprender a no desperdiciar —por el contrario, a ahorrar— este valioso producto. El petróleo es necesario para el país y para cada uno de nosotros y por ello hay que cuidarlo.

Para jugar usa un dado y, como fichas, botones, semillas o piedritas. Puedes jugar con uno o más compañeros.

Si en el dado te sale el número seis, tienes la oportunidad de volver a tirarlo.

Cuando un jugador llega a una casilla ocupada por otro, este último debe regresar al lugar que su compañero tenía, y el juego continúa. Triunfa quien llega antes al final.

6

7

Gran parte de la ropa de dormir es un derivado del petróleo.

8

¿Vas a la tienda de la esquina con papá en carro, en lugar de caminar? ¡Hay que ahorrar gasolina! Regresa al cuadro 2.

9

Varios artículos de plástico son derivados del petróleo.

10

¿Cuidas mucho tus útiles escolares de material plástico? ¡Muy bien! Avanza al cuadro 12.

17

Viajando en transporte público colectivo se ahorra petróleo.

14

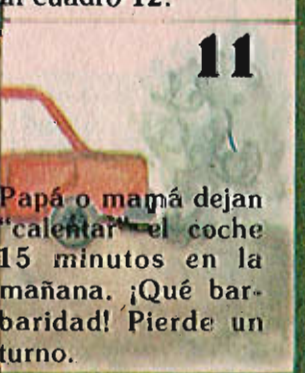
El gas de la estufa es un derivado petrolífero. Debemos cuidar su consumo.

13

Debes usar plumas con repuesto renovable en lugar de las que se desechan cuando ya no tienen tinta. Pierde un turno.

12

Muchos juguetes están hechos con derivados del petróleo.



11

Papá o mamá dejan "calentar" el coche 15 minutos en la mañana. ¡Qué barbaridad! Pierde un turno.

26

Estos también se fabrican con derivados del petróleo.

27

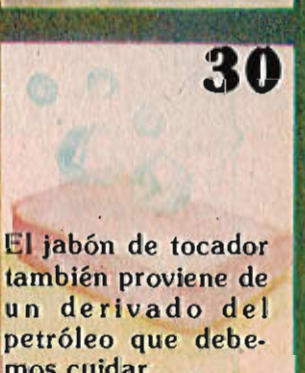
Los envases de plástico, cuando están vacíos, pueden servir de vasos, floreros, macetas...

28

¿Así que maltratas el teléfono? Regresa al cuadro 22.

29

El fin de semana la familia viaja en Metro para no usar el coche y así ahorrar gasolina. Avanza tres cuadros.



30

El jabón de tocador también proviene de un derivado del petróleo que debemos cuidar.

35

¿Tienes cuidado al tomar fotos para no desperdiciar rollo? Muy bien. Tira otra vez.

34

Dile a mamá que los recipientes abiertos, sin la tapadera, pierden calor y exigen un mayor consumo de gas. Pierde un turno.

33

Los discos contienen sustancias derivadas del petróleo. ¿Lo sabías cada vez que escuchas una canción?

32

Las películas fotográficas también se hacen con derivados del petróleo.

31

¡Bien! Usando las bolsas de plástico del super para tirar basura. Ganas un turno.

Muy poco que enseñe y divierta

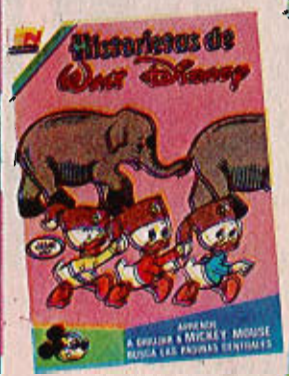
por Quetzalli

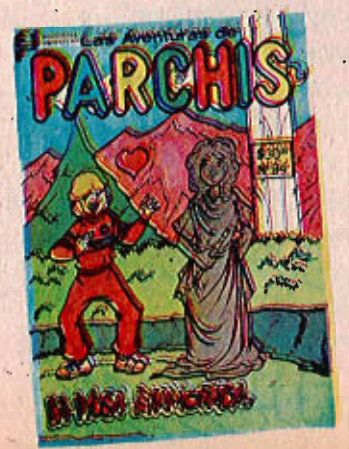
En los puestos de periódicos encontramos un promedio de 30 historietas infantiles. Desde los cuentos de Walt Disney, pasando por Superman y Batman, hasta llegar a las de los personajes de televisión como Chespirito y Capulina, y a las de los conjuntos musicales como Parchis.

La mayoría de estas revistas pertenecen a la Editorial Novaro. ***El Brinco*** *leyó algunas como éstas:*

(1) Se

¿Cómo se llama la historieta?	¿Cuánto cuesta y cuándo aparece?	¿De qué se trata?	¿Quién es el personaje principal?	¿Con quién y dónde vive?
Riqui Ricón El pobre niño rico (Edit. Novaro)	$ 25.00 y es semanal.	De las aventuras del niño Riqui, que maneja coches, se enfrenta a ladrones y resuelve problemas con mucho dinero.	Riqui Ricón, un niño güero que viste con saco, corbata de moño y pantalón corto. Vive en un país sin nombre que no es el nuestro.	Con sus multimillonarios papás.
La pequeña Lulú (Edit. Novaro)	$ 25.00 y es semanal.	De las travesuras de Lulú, que siempre juega.	La pequeña Lulú, que vive en una ciudad sin nombre.	Con sus papás.
Periquita (Edit. Novaro)	$ 25.00 y es semanal.	Las aventuras de una niña, Periquita, que viaja por el mundo y nada le gusta mucho.	Periquita, que vive en algún lugar de México.	Con su tía Dorita, joven y bonita.
Popeye el Marino (Edit. Novaro)	$ 25.00 es quincenal.	De las aventuras del Marino Popeye, que al comer espinacas enlatadas se vuelve fuerte.	Popeye, que vive en una ciudad sin nombre habitada por gigantes.	Solo.
Historietas de Walt Disney (Edit. Novaro)	$ 25.00 y es semanal.	De las aventuras de los sobrinos del Pato Donald.	Hugo, Paco y Luis, sobrinos del pato Donald, que viven en Patolandia.	Con su tío Donald.
Batman, el hombre murciélago presenta Flash (Edit. Novaro)	$ 25.00 cada semana.	Aventuras imaginarias	Bruno Alba, policía científico que se transforma en Flash.	Solo, en una ciudad norteamericana.
Las Aventuras de Parchis (Edit. Proyección)	$ 30.00 es semanal	De las aventuras imaginarias del conjunto musical Parchis.	El cantante adolescente Chus, que siempre viaja por el mundo.	Con los demás integrantes del grupo musical.
Aventuras de Capulina (Editormex)	$ 25.00 es semanal.	Aventuras de la vida diaria de Capulina.	Capulina, el personaje que en televisión hacía el actor Gaspar Henaine. Vive en una vecindad del D.F.	Con su abuelo.
Achícate (en la Revista Chispa)	$ 95.00 y es mensual.	De las aventuras de tres niños que se achican con una bebida y exploran lugares desconocidos.	Nico, Sofía y Marco Mirruña, niños que viven en una zona del Caribe.	Con sus papás.





analizaron historietas publicadas durante la primera quincena de febrero de 1984.

¿Cómo y de qué vive?	¿Qué come?	¿Qué anuncia la historieta?
No dice. Sólo se ve que son muy ricos.	Pollo, jamón, frutas.	Otras historietas, refrescos preparados en polvo, calzado, golosinas y cursos por correspondencia.
La mantienen sus papás, pero no se ve en qué trabajen ellos.	Golosinas, pasteles.	Historietas, chocolates, Reino Aventura, cursos por correspondencia y calzado.
La mantiene su tía que trabaja en una oficina.	Huevos, leche, tacos, helados, dulces, chocolates.	Dulces, crayones, cursos por correspondencia, calzado y otras publicaciones de la Editorial.
No se sabe.	Espinacas enlatadas.	*Refrescos preparados en polvo*, chocolate, calzado, cursos por correspondencia para el desarrollo físico.
Los mantiene su tío Donald que no tiene un trabajo fijo.	Hot cakes.	Historietas, dulces, chocolates, cursos por correspondencia, libros de la Editorial.
Vive solo en un departamento en la ciudad y trabaja como policía científico.	Carnes y vinos.	Cursos por correspondencia, chocolates, Reino Aventura, historietas y calzado.
De cantar; se la pasan viajando.	No se sabe.	Discos, Club Parchis, historietas de otros grupos musicales como la Banda Timbiriche.
Lo mantiene su abuelo. Capulina no trabaja.	Chorizo, huevos, frijoles, caldo de pollo.	Festival de la lectura e historietas.
No se sabe.	No se sabe.	"Club de Chispa," Radio Educación.

El museo Nacional de Historia

MARILUPE PACHECO

El Bosque de Chapultepec es uno de los más bellos lugares de recreo de la Ciudad de México, tanto por su extensión como por su larga historia. Actualmente está dividido en varias secciones; la más antigua, primera sección, que se encuentra en pleno corazón de la ciudad; y las nuevas secciones que se extienden al poniente del anillo periférico.

En la primera sección hay un hermoso bosque de ahuehuetes que datan de la época prehispánica, un lago artificial y un pequeño cerro de unos 50 metros de altura en cuya cima se levanta el Castillo de Chapultepec, convertido en **Museo Nacional de Historia** desde 1939.

El Museo cuenta con tres áreas básicas de exhibición: Planta Baja, Planta Alta y Alcázar. En ellas se localizan 23 salas que ilustran los aspectos más importantes de la historia de nuestro país, desde la Conquista de la Nueva España hasta la Revolución Mexicana.

¿Quieres recorrer con nosotros el Castillo?

A nuestra llegada encontramos el "Patio de Cañones" que provienen del Castillo de San Juan de Ulúa, en Veracruz.

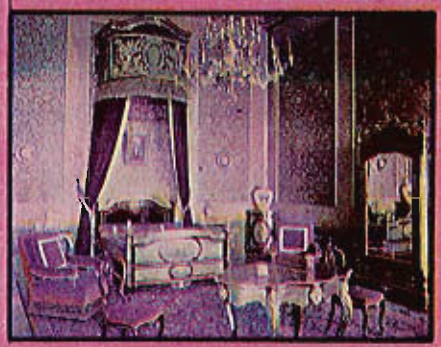
Ya en el interior, en las salas 1 y 2, vemos algunos aspectos de la dominación española, como la llegada de Hernán Cortés, la toma de México-Tenochtitlan y el establecimiento del Virreinato de la Nueva España.

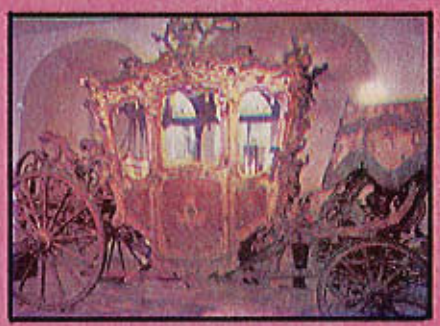
Las salas 3 y 4 contienen datos y objetos importantes del fin de la Nueva España y del movimiento de Independencia.

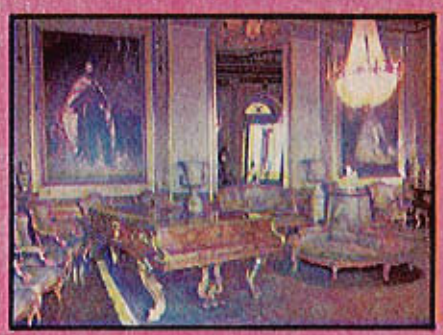
La sala 5 está destinada al mural pintado por O'Gorman, que representa las diferentes etapas por las que atravesó la lucha de la Independencia.

La sala 6 muestra los intentos de organización de México como nación independiente.

En la sala 7 se localiza el mural realizado por Clemente Orozco, que presenta el triunfo del grupo liberal encabezado por Benito Juárez y la derrota del imperio de Maximiliano.







En las salas 8 y 9 se exhibe todo lo referente a la Guerra de Reforma.

La dictadura de Porfirio Díaz (1876-1911) ocupa las salas 10 y 11. El gobierno porfirista ha sido el único que ha durado 30 largos años en la historia de México.

En las salas 12 y 13 se presenta la etapa de la Revolución Mexicana (1911-1917). Aquí destaca un mural pintado por David Alfaro Siqueiros.

En la sala 14 se exhibe el carruaje de Juárez y la carroza de Maximiliano y Carlota.

Las banderas que ha enarbolado el ejército mexicano se exponen en la sala 15.

La 16 corresponde a la sala de acuerdos de los secretarios de estado y al despacho de Carmen Romero Rubio de Díaz.

La sala 17 es el "Salón Chino"; contiene un ajuar regalado por la emperatriz de China en 1910 para conmemorar el primer centenario de la Independencia de México.

De la sala 18 a la 22 se localizan las habitaciones de los emperadores Carlota y Maximiliano, así como las recámaras y el comedor utilizados por Porfirio Díaz y su esposa.

Por último, en la sala 23 se encuentran los "Salones Azules" que fueron utilizados en la época porfirista como recámaras para huéspedes.

Ya te habrás dado cuenta que el recorrido merece hacerse. A la vez que reforzamos y ampliamos nuestros conocimientos de historia, disfrutamos de la belleza arquitectónica del recinto, y, además, desde lo alto, podemos echar un vistazo a la ciudad de México.

Ahora te invitamos a que aproveches tu tiempo libre y visites personalmente uno de los museos más importantes de la Ciudad de México.

El Museo Nacional de Historia está abierto todos los días de 9 a 17 horas. La entrada, de lunes a viernes, cuesta 40 pesos y 20 los sábados y domingos; y con tu credencial de estudiante entras gratis. Además, en períodos de vacaciones se imparten diferentes talleres en los cuales tú puedes participar.

DE TODO como en botica

QUE NOS VAMOS AL TEATRO

Durante el mes de marzo, el ***Titiriglobo*** *(detrás del Auditorio Nacional, tel. 564 67 13) continúa presentando* ***"Las tandas de Rosete Aranda"****, con Enrique Alonso, "Cachirulo". Las funciones son los viernes a las 18 horas y los sábados y domingos a las 17 y a las 18.30 horas.*

Los sábados y domingos, pero a las 13 horas se representa ***"Los cuatro cabritos"****. La entrada cuesta 60 pesos.*

Por su parte, el ***Museo del Chopo*** *(Dr. Enrique González Martínez No. 10, col. Sta. María la Rivera, tel. 546 54 84) presenta la pieza de teatro infantil "La familia Amarilla", los sábados y domingos a las 16 horas. La entrada general cuesta 60 pesos; los niños pagan 30 pesos.*

Así opinan los niños del mundo

¿Qué es lo que causa la guerra? **"Puede ser la envidia, o que se quiera tener algo que los otros tienen en su país. Como cuando mi prima recibió de regalo una muñeca y yo estaba tan envidiosa".** Lo anterior es la opinión de una niña que, junto con muchos niños más, pidió que haya paz en el mundo. Esto sucedió en la plaza central Sergei, en Estocolmo, la capital de Suecia, frente al edificio donde se celebró la Conferencia de Seguridad Europea, el 17 de enero pasado..

Aquí, la ciencia

Para los niños con inquietudes científicas ¿hay algo tan apasionante como dialogar con los especialistas en cada tema?. Si te interesa la vida vegetal y sus secretos, puedes ir a la plática que sobre "Intimidades de las plantas" dará el biólogo Alejandro Martínez como parte del programa "Encuentro de niños con científicos" que hemos anunciado en otras oportunidades.

Esta vez será en la Sala Chopin (Alvaro Obregón No. 302, esquina con Nuevo León, Col. Condesa) y tendrá lugar el 30 de marzo a las 18 horas. La entrada es libre.

Con los deditos helados...

Seguramente alguna vez has visto o has hecho un muñeco de nieve. Pues también se realiza un Concurso Internacional de Escultura sobre Nieve. Esto sucede en Quebec, Canadá, dentro de su XXX Carnaval de Invierno. Hace 12 años que gente de diferentes partes del mundo asiste a Quebec a esculpir el material helado. Este año participan también tres escultores mexicanos. ¡Mucha suerte, para que la nieve no se derrita antes de tiempo!

Tribuna

PERIODICO EL SOL DE MEXICO FECHA [illegible] PAGINA 3

Más de 80 mil Jóvenes se Vuelven Alcohólicos Cada año

Casi a diario los periódicos informan sobre el problema del alcoholismo en nuestro país. Es que las estadísticas actuales indican que aproximadamente uno de cada 13 compatriotas presenta las graves consecuencias de este mal y que México ha pasado a ocupar el segundo lugar entre 17 países latinoamericanos en este rubro.

Parece que lejos de modificarse favorablemente, la cuestión del alcoholismo se agrava. Se calcula que cada año unos 80 mil jóvenes se hacen adictos al alcohol, aumentando las filas de quienes padecen esta enfermedad. Según una encuesta efectuada recientemente por el Instituto Mexicano de Psiquiatría, el 25 por ciento de la población de 14 años consume alcohol regularmente. Los estudios dicen que el hábito se inicia por lo general a partir de esa edad.

No hace falta hablar mucho sobre las consecuencias del alcoholismo. No sólo genera pérdidas de vidas, económicas, laborales, etc. sino que es una de las causas más importantes de enfrentamientos entre los padres, abandono de los hijos, en fin, destrucción del ámbito familiar.

Es cierto que la publicidad ayuda a estimular que se beba alcohol y que los expendios se multiplican (se calcula que hay más de 50 por cada jardín de niños). Pero también incide nuestra voluntad y la conciencia sobre los riesgos. Hay padres que dan cerveza a sus niños desde pequeños, sin imaginar quizá al peligro que los exponen. Para nosotros, que conocemos las fatales consecuencias del alcohol, nada mejor que la alegría que no necesita de esos vahos. Los niños que hoy tenemos buenos hábitos de alimentación y hacemos una vida sana no engrosaremos mañana las listas de alcohólicos que entristecen a México.

El correo de los brincadores

Amigos de El Brinco:

Aprovecho esta oportunidad para saludarlos y para hacer llegar a ustedes algunas reflexiones. No hay dudas de que el aprendizaje de idiomas ajenos al nuestro nos beneficiará en algún momento, ya que son muchos los textos que están en ese idioma... No estamos en contra de un idioma que, por la amplia difusión que le ha dado el vecino país del norte, se habla en muchos lugares del mundo, pero sí nos oponemos a la manera en que tratan de inculcárnoslo en las escuelas particulares. Por ejemplo, en la que yo asisto, la clase de inglés incluye el aprendizaje de canciones tales como "El rock del martillito" o bien decirle a la maestra "Miss", que no quiere decir maestra.

Lo anterior motivó al alumnado de tal manera que con frecuencia en las fiestas infantiles "el del cumpleaños" hace su numerito entonando dos o tres tonadillas sin saber a veces lo que quieren decir. Claro que a los mayores les parece de maravillas porque ese niño "¡YA HABLA INGLES"!

Eso no tendría mayor importancia pero cuando se une a la penetración a la que nos someten los medios de comunicación, nos arriesga a perder poco a poco nuestra cultura y, lo que es más triste, nuestras tradiciones.

Debemos pensar en aprender el idioma pero no permitir que se nos inculquen sus costumbres. De otra forma, como ya alguien lo dijo, seremos otra generación más de norteamericanos de segunda, nacidos en México. Les envío además, un sobre "en inglés" de una empresa que funciona en México.

Gustavo A. Guardiola

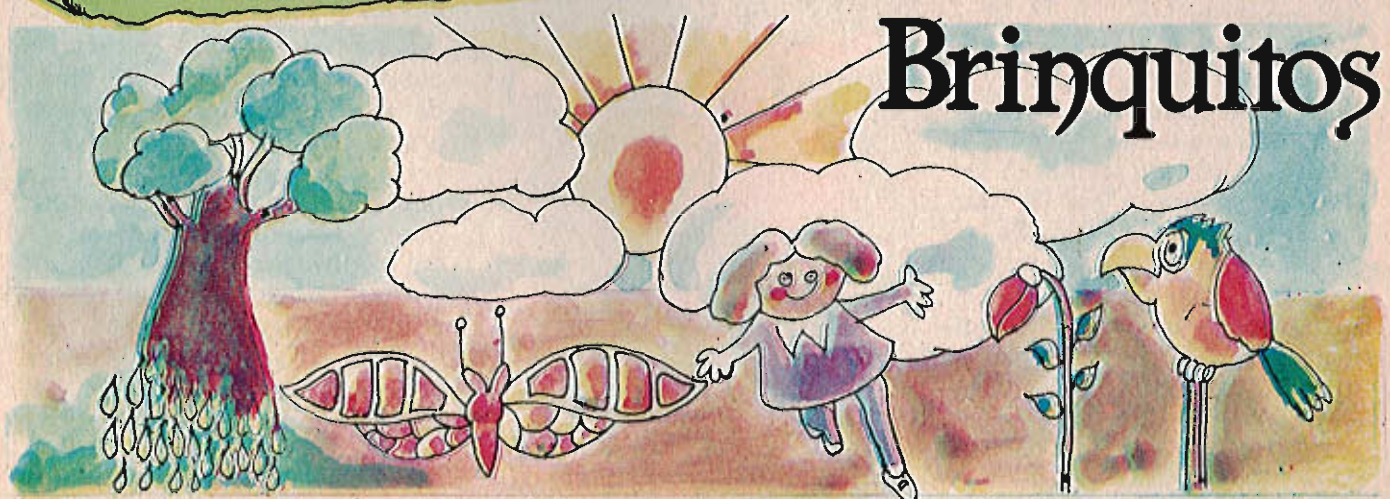
Gustavo: agradecemos tu carta y tus consejos, que, estimamos serán útiles para los brincadores tan sometidos a esa penetración cultural extranjera que tú denuncias.

Querido Brinco:

En enero ustedes cumplieron dos años y yo llevo más de uno leyendo todos los meses el sumplemento de la "Revista del Consumidor". Quiero felicitarlos y pedirles que incluyan algunas recetas de comiditas para que los niños las hagamos. Varios amiguitos y yo nos reunimos los sábados para jugar en la cocina y hemos pensado que sería muy bueno hacer comidas sanas y nutritivas. Desde ya, muchas gracias.

Jorge Humberto Reyes (9 años)

Jorge: prometemos satisfacer tus deseos. Gracias por las felicitaciones.



¿Qué vas a hacer en estos días más largos? Sí, porque el 21 de marzo se inicia la primavera y con ella el sol aparece más temprano, desde las 6:31 a.m. y se oculta a las 18:50. Hay que aprovechar todo nuestro tiempo: desdeque la luz solar nos da los buenos días hasta que el crepúsculo invita a descansar.

8 de marzo Día Internacional de la Mujer

Desde hace muchos años se celebra esta fecha como homenaje a una de las primeras luchas que dieron las mujeres trabajadoras para que sus derechos fueran reconocidos. Y aún hoy, no siempre ocurre así. Hay lugares donde la mujer que trabaja gana menos que el hombre, donde tiene prohibidas algunas tareas de responsabilidad. Y en muchas partes, en muchísimos hogares, la mujer trabaja silenciosamente sin reconocimiento alguno, sin ayuda, dejando en las grises y monótonas tareas de la casa su alegría y su salud.

Para los niños la mujer es la mamá. ¿Y quién no quiere que la suya sea la más bonita y cariñosa? Para ello, debe ser una mujer feliz, una persona libre, querida y respetada. En este nuevo aniversario, **El Brinco** quiere recordarlo una vez más. Y ofrece a las mujeres esta página con textos de los niños.

La historia que me contó mi mamá

"Mi mamá me contó que cuando ella entró a la primaria la apuntaron en primer grado. Pero dice que repitió primer año y por eso la sacó mi abuelito y después la puso a trabajar. Cuando salió de su trabajo se encontró con un muchacho que ahora es mi papá.

Y luego mi mamá me contó que mi papá luego pensó en casarse y esperaron el domingo ese día era lunes, el día en que se conocieron.

Y luego llegó el día en que nací, y ese día mi mamá andaba con mis abuelitos fuera. Y mi mamá me contó que ella les estaba dando de comer a las vacas, se cayó, y en ese momento nací. Y dice que ella estaba desmayada y que me contó que me oyó llorar, y que en ese momento se despertó, y dice que me abrazó y me cargó. Y mi abuelito fue en busca de mi papás."(...)

(María del Rocío Vázquez Romero, Veracruz).

(Textos extraídos de "Así escriben los niños de México", Comisión del Idioma Español, México, 1982).

Reflexiones de una niña feliz

"En un lento caminar corría la tarde. El oído alcanzaba a escuchar el romper de las olas y los chillidos de las aves de la isla. Se palpaba un suave ambiente, fresco, tropical. El respirar era profundo y la tensión, nula.

Todo había pasado ya, irremediablemente. Ahora nada me importaba, mi único deseo era pasear... y olvidar.

Mi madre había muerto y quería escapar de aquel antro de tristezas, llantos y penas que era su velorio.

Un ataque al corazón y todo había acabado para ella y para mi: mi aliento era tocar mi vida, sentirme felizmente viva. Mi madre me enseñó eso: vivir, ella me trajo al mundo, por eso la amé. Ahora que se va y me deja aquí para que viva y sea feliz como soy."

(Areli Carreón García, 11 años, Cuernavaca, Morelos).